الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية

دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

- موقع الفيس بوك « Facebook » نموذجا -



جامعة الجزائر 3 كلية الإعلام والاتصال

الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية

دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي - موقع الفايس بوك «Facebook» أُمُوذجا-

دراسة تحليلية تطبيقية لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال بيئي

إعداد الطالبة: ربيعة بوزيدي إشراف الدكتور: أحمد بجاوي السنة الجامعية 2015/2014

طبعة ٢٠٢١

بوزیدی ، ربیعة

الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية: دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي.. /إعداد ربيعة بوزيدي، إشراف أحمد بجاوي- القاهرة: أطلس للنشروالإنتاج الإعلامي، ٢٠٢١.

۲۲۰ ص، ۲۲ سم

اطروحة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال بيئي جامعة الجزائر كلية الإعلام والاتصال

تدمك: ٨ ٨٢٨ ٩٩٣ ٧٧٩ ٨٧٩

١- الانترنت ٢- الإعلام - تطبيقات الحاسب الألى أ- بجاوى ، أحمد (مشرف)

ب- العنوان

.. £.7YA

جامعة الجزائر 3 كلية الإعلام والاتصال

الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية

دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي - موقع الفايس بوك «Facebook» أُمُوذجا-

دراسة تحليلية تطبيقية لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال بيئي

إعداد الطالبة: ربيعة بوزيدي إشراف الدكتور: أحمد بجاوي السنة الجامعية 2015/2014

الكتاب: الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية المؤلف: ربيعة بوزىدى عادل المصرى الناشر: دار أطلس للنشر والتوزيع ش.ذ.م.م المدير التنظيذي ٥ ش صبرى أبو علم - ناصية ش شريف- وسط البلد -هاني عبد اللطيف القاهرة رقم الإيداع daratlaspublish@gmail.com Y-Y1/0YAY https://www.facebook.com/307172482657080-/ الترقيم الدولي دار -أطلس-للنشر تليفون: ٢٧٨ . ٢٣٩٥ - ٢٤٤٧٢٢٢٧٤ . 944-944-499-444-4

دار اطل

الطبعة الاولي

طبعة ٢٠٢١

شكر

للأستاذ المشرف الدكتور أحمد بجاوي،
للأساتذة المناقشين،
إلى كل أساتذتي الذين درسوا لي،
إلى كل شخص علمني حرقًا،

الإهداء

إلى روح والدي؛ الذي لا أعرف واشتقت له، أحبك يا والدي كثيرًا، تغمدك الله بواسع رحمته وأسكنك فسيح جناته.

إلى أمي التي أفنت العمر، لأجل دراستي، شفاك الله.

مقدمة

تمثل ثورة المعلومات التي يعيشها العالم في الوقت الراهن، أحد أهم مراحل التطور التاريخي الكبرى في تاريخ الإنسانية ومن أهم نتائج هذه الثورة المعلوماتية التغيرات الكبرى التي حدثت في الصناعة الإعلامية وأنهاط استهلاك المعلومات وإنتاجها ونشرها والتشارك في مضامينها، أين أصبح عثل الاتصال الإلكتروني منظومة جديدة تختلف عن المظومة المشهدية، وتحقيق مجالًا يتحول فيه الفرد باستمرار ما بين موقعي الإرسال والتلقي، تنصهر في داخلة العوالم الفردية وتمثل شبكة الويب فضاء جماعيًّا يشترك المستخدمون في إنتاجه وهو بهذا المعنى مكن النظر إليه على أنه أوذج تواصلي جديد لا يتعلق بعملية بث مركزية، ولكن يتفاعل داخل حالة ما أين يسهم كل فرد مرسل - مستقبل فيا اكتشافها بطريقته أو تغييرها أو الحفاظ عليها كما هي ويطلق على هذا النوع من الإعلام العديد من المسميات والمصطلحات ومنها الإعلام الجديد، الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال، وهو نتاج اندماج ثلاثة عناصر: الكمبيوتر/ الشبكات /الوسائط المتعددة، وما يمتاز به هذا النموذج عن الأول التقليدي اللامتكافيء والذي كان يخدم النخب التي تتحكم في إنتاج الخطابات العامة ولا يضمن التبادل والتفاعلية بين المرسل والجمهور هو أن النموذج الجديد الذي تسهم التكولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال وبخاصة الإنترنيت ومتغيرات العصر في تشكيله كونه غير مركزي ييسر للافراد إمكانية إنتاج الخطابات والمشاركة في الاتصال العمومي، وما يهيزه أيضًا أنه لا يتعلق فقط عايسمى الكثرة المعلوماتية ولكن بتعميم القدرة على الكلام للافراد ويسهم في تشكيل فضاء عمومي أكثر انفتاحًا إذلم يعد التواصل العمومي يقتصر على النخب السياسية والثقافية من أحزاب وجمعيات وغيرها نظرًا لما تمتاز به استعمالات الإنتريت من تعدد الوسائط والنصية الفائقة والنقل التجميعي والتزامنية والتفاعلية أين أصبح الفرد الحلقة الأساسية في بناء وصياغة المضمون الإعلامي وتبادله على نطاقات واسعة وهو ما أفرز أدوات جدية للتواصل وبث المعلومات وتبادلها تجسدت في مواقع التواصل الاجتماعي على غرار facebook /twitter/ you tube وغيرها من المواقع الاجتماعية التي تتميز بقدرتها البالغة على التأثير، فهي تستفيد من إمكانات الإعلام الإلكتروني؛ ليس فقط في التواصل، تبادل الآراء، الأفكار والمشاعر ولكن أيضًا في تجميع أصحاب الميول والاهتمامات المتشابهة، من خلال تكوين مواقع مستقلة للمهتمين بقضايا اجتماعية أو اقتصادية أو في أي مجال. فشبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن منظومة من الشبكات والمواقع الإلكترونية؛ التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات ؛الميول والهوايات؛ أو جمعه مع أصدقائه، ومن ثم تتيح للفرد إنشاء رسائل إلكترونية ونشرها بين أعضاء الموقع والمواقع المشتركة على الشبكات بحرية تامة «إن الهدف من شبكات التواصل الاجتماعي ليس مجرد تبادل الأفكار والآراء حول الاهتمامات المشتركة والظواهر المعاصرة، ولكن البحث عن الحلول وتقديم الاقتراحات للقضايا والمعضلات في المجالات الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية وغيرها من المجالات لذلك تعرف بأنها: «شبكات إلكترونية تجمع مجموعة من الأفراد ذوى ميولات واتجاهات متقاربة، للتواصل وتبادل الأفكار والآراء والمقترحات». إن تسارع التطورات التكنولوجيا الحاصلة في الميدان الإعلامي خاصة انعكس تهام الانعكاس على المنظومة الاتصالية، وأحدث مقاربات تواصلية جديدة التي أحدثت بدورها أنهاط إعلامية جديدة في مقدمتها وسائل التواصل الاجتماعي وبرزت كأحد أهم واجهات الإعلام الإلكتروني، والتي باتت ترسم له علاقة بالبنية المحيطة وتحدد غط وشكل مشاركته الاجتماعية والسياسية إذأن ظهور هذه التطبيقات الإلكترونية في توقيتات زمنية متزامنة؛ يعد فتحًا تاريخيًّا؛ أين نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصًا كبرى للتأثير والانتقال عبر الصدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود، ولقد أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، قنوات للتعاطي المباشر والحي والفوري من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية، لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها

١- مكتبي محمد غياث (٢٠١١) ورقة مقدمة ضمن فعاليات مؤتمر الإعلام الإسلامي، تأثير شبكات التواصل عبلى الرسم العربي تونس، جامعة بنزرت «الإعلام الإسلامي بين الأصالة والمعاصرة».

محللو وخبراء الإعلام والاتصال. وهو ما أفرز أنواع من الشبكات الاجتماعية التي تقوم على أساس امتداد خصائصها، وما يعكس أهمية شبكات التواصل الاحتماعي؛ أو دورها المؤثر في تبادل المعلومات والأفكار والآراء هو استيعابها لجميع أبعاد الإعلام الإلكتروني من خلال إمكانية التواصل باستخدام الصوت، الصورة والحركة، فهي عبارة عن «مجموعة من الشبكات التي تمنح مستخدميها إمكانات متعددة تتضمن التواصل فيما بينهم بالصوت أو الصورة أو كلاهما، وتسجيل الملاحظات والتعليقات حول أي موضوع اجتماعي. "

أين أصبحت هذه الأخيرة؛ المحرك الأساسي للمعلومات والمواضيع المشتركة مما أدى بفرض إعلام جديد يتعاطاه المواطن يحمل أبعادا ووجهات مختلفة، وهو ما فرضته هذه المواقع أين فتحت المجال أمام الموضوعات المهمة التي أغفلتها وسائل إعلام تقليدية أو التي لم تحظ بالاهتمام الكبير في أجندتها على غيرار مواضيع البيئة هذه الاخيرة التي تتطلب معالجة إعلامية ومشاركة جماهيرية واسعة من أجل نشر وعي بيئي داخل المجتمع من أجل تكوين مواطن بيئي فاعل يتفاعل ويساهم في الحفاظ على البيئة وهو ما تساهم به هذه المواقع التي يستخدمها نشطاء البيئة من أجل التحسيس بقضايا البيئة ونشر المعلومات حول اللبيئة والاضرار التي يخلفها الانسان جراء سلوكه غير المدروس اتجاه موطنه والمساهمة في التنوير البيئي باستخدام التطبيقات الإلكترونية المختلفة التي الما القدرة على الوصول إلى قدر كبير من المواطنين أين تخاطب مختلف الفئات والأصناف بلغة متقاربة وواضحة لكل المستويات لأن المصدر والمتلقي ينطلقان من نقطة واحدة وهي مشاركة أهم المواضيع وقولبة رسالة إعلامية بيئية من أجل تغيير الأفعال اتجاه البيئة وبناء مدركات بيئية تتماشي والحفاظ عليها من خلال نشر عدد من الأخبار والنشاطات التي تلقى الصدي في مختلف نقاط السبكات التواصلية كتلتك التي تناشد المواطنين من أجل

حالد وليد محمود: شبكات التواصل الاحتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي (لبنان:مداراك إبداع نشر ترجمة وتعريب،ط١٠ ، ٢٠١١)، ص ١٤-١٤

٣- فتحـي حسـين عامر:وسـائل الاتصـال الحديثـة مـن الجريـدة الى الفيسـبوك(القاهرة:العـربي للنـشر والتوزيـع،ط١٠٥،٠١٥)،ص١٧٥.

تكاتف الجهود وبناء إطار معيشي نظيف يشارك في خدمة الكل، وأصدق مثال على ذلك إطلاق حملات النظافة عبر الأحياء أو تنظيف الشواطىء وغيرها من الأعمال البيئية التي تحافظ على البيئة وتساهم في إكساب المواطن الحس البيئي الذي من شأنه أن يغير من تعامله اتجاه البيئة واعتبارها مسالة عامة تتطلب مشاركة فردية من كل أفراد المجتمع وتبني السلوكات التي من شأنها أن تساهم في إنجاح التعامل الأخضر والإيجابي مع البيئة.

أين يسهر ناشطيها على تكريس صفحات الفيسبوك face book لتكون لهم السند من أجل الوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين لتحسيسهم وحثهم على المشاركة في الخدمات المرتبطة بالبئية وسنحاول في هذه الدراسة التركيز على مواقع التواصل الاجتماعي ونأخذ الفيسبوك face book كنموذج للدور الذي يلعبه في التحسيس بقضايا البيئة باعتباره أداة من أدوات الإعلام الإلكتروني والذي يجسد صحافة المواطن وكيف يمكنه أن يساهم في التحسيس بالمواطنة البيئية.

الإشكالية:

يعد الإعلام الإلكتروني المنبر الإعلامي المتجدد والذي أتاح المجال لظهور صحافة المواطن، إذ أتاح تجاوز الحدود الجغرافية وكذا الضغوط الرقابية والقيود القانونية ليمنح هامش أكبر من الحرية في التعبير وإبداء الرأي للجمهور ووسع من قاعدة المتابعة الجماهيرية لهذه الوسائط الجديدة التي ربطت بين أطراف الاتصال بصورة تفاعلية فأقلبت بذلك موازين الإعلام التقليدي وأتاحت أجندة إعلامية جديدة ومتجددة يتحكم فيها الجمهور وفقًا لسلم حاجاته وهو ما يمثله الفيسبوك» Facebook» الذي أقلب موازين الإعلام التقليدي وصار يرتب أجندات وأولويات الجمهور استنادًا لإهتماماتهم وحاجاتهم لها وتفاعلهم معها ويفرضها ويطرحها للنقاش وإبداء الرأي في مساحاته الافتراضية، وقضايا البيئة من بين المواضيع التي يروج لها مستخدموا الفيسبوك وذلك من خلال طرح صفحات خاصة بالبيئة هدفها الأساسي يروج لها مستخدموا الفيسبوك وذلك من خلال طرح صفحات خاصة بالبيئة هدفها الأساسي لتحقيق التحسيس والتوعية بقضايا البيئة وضرورة المساهمة في المحافظة عليها في إطار السعى لتحقيق

مواطنة بيئية ومواطن فاعل بيئي يدرك تأثيراته على البيئة وانعكاساتها عليه في حلقة رد فعل اتجاه السلوك، وبناءً عليه يتم صياغة الإشكالية كالآتي: ماهو دور الفيسبوك«Facebook» كإحدى تطبيقات الإعلام الإلكتروني في التحسيس بالمواطنة البيئية لدى جمهور المستخدمين المجزائرين؟

تساؤلات الدراسة:

- ✓ ماهـي أغـاط وطـرق اسـتخدام موقـع «Facebook» لـدى جمهـور المسـتخدمين مـن
 أجـل التحسـيس بقضايـا البيئـة؟.
 - ✓ ماهي عادات تعرض المستخدمين الجزائريين لموقع «Facebook»؟.
 - ✓ ماهي تحديدًا دوافع استخدام موقع « Facebook » للتحسيس بقضايا البيئة؟.

أهمية الدراسة :

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية تناول دور وسائل الإعلام الإلكتروني في نشر مواضيع البيئية. كما تنبع أهميتها أيضًا في إمكانية توجيه انتباه الباحثين إلى أهمية دراسة هذا النوع من الإعلام الإلكتروني، والمتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي، كما نسعى من خلال موقع الفيسبوك« Facebook» إلى معرفة وظائف هذه الأداة ومدى دورها في التحسيس البيئي في أوساط المستخدمين الجزائريين اذ أن هذه المواقع أصبحت تمثل مجالًا عامًا يتيح حيزًا أعلى من التفاعلية، مما يجعلها وسيلة ملائمة لدراسة مواضيع مثل المواطنة البيئية.

أسباب اختيار الموضوع:

هناك مجموعة من الأسباب وراء اختيار هذا الموضوع، وقد تم تقسيمها إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

أ/ الأسباب الذاتية:

- الشغف العلمي والاهتمام الشخصي بالموضوع .
- ◄ الرغبة في إثراء البحوث العلمية، إذ تعد هذه الدراسة حسب إطلاع الباحثة من المواضيع الجديدة بالنظر إلى حداثة ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة موقع«Facebook» وما أحدثه من جدل في الأوساط العالمية.

ب/ الأسباب الموضوعية:

- ◄ جدة الموضوع و اعتباره مصط نقاش وجدل، فلا يزال الإعلام الإلكتروني وما أفرزه من تطبيقات يشوبه كثير من الغموض والضبابية هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن كل الدراسات حول استخدامات و إشباعات الإعلام الإلكتروني، ركزت بالأساس على الإنترنت و الصحافة الإلكترونية دون التفصيل في دراسة طرق وأنماط استخدام بعض المواقع، سيما مواقع التواصل الاجتماعي، وبصفة خاصة موقع «Facebook»
- ✓ ارتباط الدراسات التي تناولت دور الإعلام البيئي وطرق نشر الوعي والثقافة البيئية
 دائما بوسائل الإعلام التقليدية كالصحافة المكتوبة، الإذاعة والتلفزيون، أما الإنترنت
 وتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي كموقع ال «Facebook» فهي نوعًا ما قليلة.
- ✓ الـدور الإيجابي الـذي حققـه ويحققـه موقـع « Facebook » في تنميـة التواصـل الاجتماعـي والمشـاركة السياسـية ونـشر الوعـي السـياسي عـلى الصعيـد العالمـي والعـربي عـلى حـد سـواء وهـو مـا تـم الاسـتفادة منـه وتوجيهـه لخدمـة قضايـا ذات أبعـاد إنسـانية كقضايـا البيئـة ونـشر مفهـوم المواطنـة البيئيـة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة من الناحية النظرية إلى الوقوف على مختلف الأطر والمداخل النظرية لفهم الإعلام الإلكتروني والسياقات التاريخية التي ظهرت وتبلور فيها، ولفهم الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال من النواحي الاجتماعية والسياسية

بما يسهل فهم خصائص هذا الإعلام الإلكتروني وتطبيقاته المختلفة، خاصة في جانبها المتعلق باستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، وموقع «Facebook» وإمكانية توظيفها بهدف التحسيس البيئي من أجل الوصول إلى المواطنة البيئية.

منهج الدراسة:

المنهج هو مجموعة الإجراءات والأساليب المتبعة من طرف الباحث، بغرض الوصول إلى نتائج حقيقية، تخدم موضوع الدراسة، وتختلف المناهج باختلاف المواضيع المدروسة أ

و انطلاقًا من هذه الفكرة فإن الدراسة الحالية تندرج ضمن الدراسات الوصفية، فهي تسعى لمعرفة أغاط وطرق الاستخدام، وكذا الإشباعات المحققة من وراء استخدام موقع "الفيسبوك" لدى أفراد عينة الدراسة، وبالتالي فإن المنهج الأكثر ملائمة هو منهج المسح بالعينة،وذلك حتى يتجنب الباحث مشكلة المسح الشامل الذي يتطلب وقتًا أطول وجهدًا مضاعفًا، بحيث يكتفي بعدد محدد من المفردات

تقنيات البحث:

من أجل التحقق من تساؤلات الدراسة لابد من اختيار الوسائل والأدوات المناسبة من أجل الحصول على المعلومات الضرورية، وفي دراستنا هذه قد تم استخدام الأدوات التالية:

الملاحظة:

تعتمد هذه الدراسة على الملاحظة البسيطة والملاحظة بالمشاركة.

المقابلة:

كذلك تم الاعتماد على تقنية المقابلة، التي تعد عملية تفاعل تحدث بين شخصين الباحث والمبحوث، هذه الأداة والتي تسمح بالحصول على المعلومات والمعطيات بعد إجابة المبحوث على الأسئلة الموجهة إليه.

عـمار بوحـوش، مناهـج البحـث العلمـي وطرق إعـداد البحـوث (الجرائر، ديـوان المطبوعـات الجزائريـة،١٩٩٥)،
 ص٧٢.

وقد تضمنت المقابلة على دليل مقابلة متكون من أسئلة محددة ومنظمة وفق المعطيات المفتوحة في دراستنا.

الاستبيان:

الاستبيان هو أسلوب لجمع البيانات الذي يستهدف استمارة المبحوثين بطريقة ممنهجة و مقننة، لتقديم حقائق و أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة و أهدافها، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات، و يعتبر الاستقصاء من أكثر أدوات البحث العلمي شيوعًا و استخدامها في منهج المسح، و ذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين، من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد.

* * *

٥ -محمد عبد الحميد:البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة :عامل الكتب،٢٠٠٠)، ص. ٣٣

all

الفصل الأول الإجراءات المنهجية للدراسة



- 18 -	
--------	--

المبحث الاول: تحديد مفاهيم الدراسة

نحاول من خلال هذه الدراسة تحديد مفاهيم كل من الإعلام، الإعلام الإلكتروني، شبكات التواصل الاجتماعي وكذلك المواطنة البيئية.

أ-/ الإعلام:

- ا- لغة: من الفعل أعلم وعلم بالشيء أي شعر به، ويقال أستعلم لي خبر فلان و أعلمنيه،
 وعلم الأمر وتعلمه أي أتقنه ويقال علمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته "
- ٢- اصطلاحًا: يعرف الإعلام من الناحية الاصطلاحية على أنه نشر الأخبار والأفكار والآراء بين الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة، كالصحافة والإذاعة والسينما والمحاضرات والندوات والمؤةرات والمعارض وغيرها بغية التوعية والإقناع وكسب التأييد.

ب-/ الإعلام الإلكتروني:

- ١- اصطلاحًا: اتفق على أنه جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني المختلفة حيث يشمل أجهزة الإعلام الرقمية عمومًا أو صناعة الصحافة عبر الإنترنيت، كاستخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة، فضلًا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في سياق التزاوج الرقمي اذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو بالتزامن مع المعالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر ^.
- ٢- التعريف الإجرائي: نقصد بالإعلام الإلكتروني في دراستنا هذه، الإعلام الذي نشأ في ظل البيئة الرقمية ويتميز بالتفاعلية والتنوع في الأشكال والتكنولوجيا والذي ازداد نشاطًا مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي.

٦ - ابن منظور:لسان العرب (بعروت: دار صادر، ط ٤، المحلد الأول، ٢٠٠٥)، ص٢٦٤

٧ - أحمد زكي بدوي :معجم مصطلحات الإعلام (بيروت: دار الكتاب اللبناني،ط٢، ١٩٩٤)، ص ٨٤.

٨ - حسنين شفيق:الإعلام التفاعلي وما بعد التفاعلية (مصر: دار فكر وفن للنشر والتوزيع،ط١،٢٠١٠)،ص٥٦.

ج-/شبكات التواصل الاجتماعي:

- ٢- أضاط التصفح: جاء في تعريف المعجم العربي «لا روس»، النمط ؛ جمعه أضاط وضاط وهي
 : نـوع مـن البسط، طريقة وأسلوب ؛ صنف ونـوع، جماعة مـن الناس أمرهم واحـد،
 فالنمط هـو الطريقة والصنف والنموذج، فنقـول على ضـط واحـدة أي على طريقة واحدة "
- ٣- الإشباع: هـ و إرضاء رغبة أو بلوغ هـ دف أو خفض دافع، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر فالتراكم والتنبيه يولد إحساسًا بالألم: ويدفع الجهاز إلى العمل: لكي يحدث مرة اخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كأنه لذة ".
- ٤- الاستخدام: يشير في معناه على الطريقة الخاصة بالفرد أو الجماعة في استخدام
 ممارسة الفعل على التكنولوجيا والتي تدخل في سياق ممارسة ما استهلاك،

٩ مريم نريمان نومار:استخدام مواقع الشبكات الاحتماعية وتأثيره في العلاقات الاحتماعية،رسالة ماحستير
 (غير منشورة)،حامعة الحاج لخضر،باتنة،الجزائر،٢٠١٢، ٢٠٥٥.

١٠ عبد الوهاب بوحنوفة:الأطفال والثورة المعلوماتية ؛التمثيل والاستحدامات(محلة اتحاد الدول العربية،ع٧٠٢٠٠٧)، ٢٤٠٥.

١١ عبد الكريم بابوري:عادات واضاط مشاهدة طلبة حامعة سكيكدة للفصائيات العربية،مذكرة ماحستير (غيرمنشورة)،جامعة الامير عبد القادر الاسلامية،قسنطينة-الحزائر،٥٠٠٥،ص١٥.

١٢ -محمد منيرحجاب: المعجم الإعلامي(مصر :دار الفجر،ط١٠٢٠٠)،ص٤٨٧.

اتصال، عمل، تسلية-كما أن الاستخدام هو استعمال شيء طبيعي أو رمزي لغايات معينة، بمعنى إعطاء بعد ومعنى ثقافي لجهاز مادي أو رمزي"، يحيل إلى مسالة علاقة الأفراد المستخدمين بالأشياء أو التكنولوجيا ومحتوياتها".

0- الصفحات: ابتدع هذه الفكرة موقع (الفيسبوك)، واستخدمها تجاريًا بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلامية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم و إظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين، و يقوم (الفيسبوك) باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، و يقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بالمناهم الشخصي.

د-/ المواطنة:

١- لغة: المواطنة والمواطن مأخوذة في العربية من الوطن: المنزل تقيم فيه وهو «
 موطن الإنسان ومحله » وطن يطن وطنًا: أقام به، وطن البلد: اتخذه وطنًا، توطن البلد: اتخذه وطنًا، توطن البلد: اتخذه وطناً، وجمع الوطن، أوطان"

7- اصطلاحًا: عرفتها موسوعة كولير الأمريكية ؛ بأنها أكثر أشكال العضوية اكتمالًا في جماعة سياسية ما الموسوعة العربية العالمية ؛ فإنها تعرف المواطنة على إنها : اصطلاح يشير إلى الانتماء إلى أمة أو وطن وصاءت في قاموس علم الاجتماع بأنها : مكانة أو علاقة اجتماعية تقوم بين فرد طبيعي ومجتمع سياسي (دولة)، ومين خيلال هذه العلاقة يقدم الطرف الأول اليولاء، ويتولى الطرف

١٣ الصادق لحمامي:المسالة النظرية لمفهوم الإعلام(محلة اتحاد الدول العربية،ع٥٠٣،٢٠٠٥)،ص١٦

١٤-عبد الوهاب بوحنوفة : مرجع سابق،ص ٧٤.

١٥ عبدالرزاق محمد الدليمي الإعلام الحديد والصحافة الالكنتروبية (عمان؛الاردن:دار واثل،ط١،٢٠٠١)، ٣٦٠٠

١٦ -ابن منظور : مرجع سابق، ص٢٩٩.

١٧ أحمـ د صدقي الدحـاني: مسـلمون ومسـيحيون في الحصـارة العربيـة الإسـلامية (القاهـرة: مركـر يافـا للدراسـات والأبحـاث، ١٩٩٩)، ص٥.

١٨ - الموسوعة العربية العالمية (الرياض :مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع،١٩٩٦)،ص ٣١١.

الثاني الحماية، وتتحدد هذه العلاقة عن طريق القانون وفي أدبيات السياسة تحت صياغتها بمعنى صفة المواطن التي تحدد حقوقه وواجباته الوطنية وتتميز المواطنة بنوع خاص من ولاء المواطن لوطنه وخدمته في أوقات السلم والحرب والتعاون مع المواطنين الآخرين عن طريق العمل المؤسساتي، والفردي الرسمي، والتطوعي في تحقيق الأهداف التي يصبو لها الجميع وتوحد من أجلها الجهود وترسم الخطط وتوضع الميزانيات

٣-المواطنة البيئية (الايكولوجية): تـم سـن هـذا التعريف في منتـدى الجمعيات الأهلية العربية سبتمبر ٢٠٠١ المنبثـق عـن برنامـج الامـم المتحـدة لـدول غـرب اسـيا UNEP، من خلال تصحيح المفاهيم البيئية السائدة لـدى المواطنين وتعديل المعتقدات والأفكار البيئية الخاطئة ومعالجة أسباب المشاكل البيئية الناجمة عـن غياب مفهـوم المواطنة الأيكولوجيـة".

3-التعريف الإجرائي للمواطنة البيئية: هي علاقة قائمة بين الإنسان والبيئة، يكون الإنسان مشبعًا بالقيم البيئية والأخلاق البيئية، التي تعكس السلوك البيئي الإيجابي لديه، ويكون فاعلًا بيئيًا في أي منطقة يتحلى بالمسؤولية والحس البيئي اتجاه الأرض، مدركًا لانعكاسات سلوكه عليها، موظفًا إدراكاته البيئية من أجل الحفاظ على البيئية وتنوير أفراد مجتمعه بيئيًّا.

* * *

١٩ - محمد غيث: قاموس علم الاجتماع (الإسكندرية :دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٥)،ص ٥٦ .

۲۰ -أحمد زكي بدوي:مرجع سابق،ص۲۲.

٢١ - عبدالرزاق محمد الدليمي:مرجع سابق،ص٣٧.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

نعرض في هذا الفصل نتائج الدراسات التي تتقاطع ودراستنا الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي موقع الفيسبوك الهوذجا، ومفاهيمها من اجل الانطلاق ومعرفة الجانب النظري واستقاء اهم الزوايا النظرية للدراسة، لذلك سنقوم بعرض نتائج الدراسات المتعلقة بالبيئة التي حاولت ان تدرس الوعي البيئ والمواطنة الايكولوجية من وجهة نظر الإعلام التقليدي المتمثل في الصحف المطبوعة أو الأذاعات الجهوية وكيف تتم معالجة الإعلام البيئي على مستوى ادوات الإعلام التقليدي،وهو مانلمسه عند دراسة «بن يحي سهام» الموسومة ب«الصحافة المكتوبة وتنمية الوعي البيئي في الجزائر — دراسة لمضمون صحيفتين وطنيتين وهما الشروق MATIN LE وصحيفتين جهويتين هما آخر ساعة L'EST REPUBLICANT» حيث لخصت دراستها إلى مجموعة من النتائج التي تتمحور حول الوعى البيئي والتي صيغت كالآتي انخفاض حجم اهتمام الصحف المكتوبة بالقضايا البيئية ومشكلاتها؛ ومن أهة ينخفض دورها في تنمية الوعى البيئي لدى أفراد المجتمع، لا تختلف الصحافة الوطنية والجهوية من حيث اهتمامها بقضايا البيئة ومشكلاتها، يعتبر الخبر الصحفي أكثر القوالب استخدامًا؛ في تغطية القضايا البيئية ومشكلاتها، بالرغم من كون المقال أو التحقيق الصحفي أكثر ملائمة لهذه القضايا؛ التي تتطلب الشرح والتفسير والتحليل، نتخفض نسبة المعلومات البيئية المقدمة في الرسائل الإعلامية بالصحف الجزائرية -محل الدراسة- ومن ثمة ينخفض دورها في نشر الوعى البيئي لدي أفراد المجتمع. ينخفض حجم اهتمام الصحف الجزائرية المكتوبة - محل الدراسة - بتكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة لأفراد المجتمع ومن ألمة ينخفض دورها في تنمية وعيهم البيئي، وكشفت هذه الدراسة حسب الباحثة أن انخفاض اهتمام الصحف الجزائرية المكتوبة بالبيئة ومشكلاتها، وعدم اعتمادها على الخبراء والمختصين في مصال البيئة، بالإضافة إلى إهمالها لوسائل الإبراز يقلل من فعالية تغطياتها الإعلامية للقضايا البيئية، وبالتالي انخفاض دورها في نشر الوعي البيثى لأفراد المجتمع.

انتقالًا من الصحف المطبوعة إلى الإذاعة الجهوبة ابن تشير نتائج دراسة «باسين بوذراع «الموسومة ب «دور الإذاعـة المحليـة في نـشر الوعـي البيئـي» - دراسـة ميدانيـة بجامعـة منتـوري قسـنطينة - بـأن إذاعـة قسـنطينة المحليـة تـولي أهميـة بالغـة لقضايـا البيئة ومشكلاتها، حيث يفضل المبحوثين الإذاعة ويصنفونها كثاني وسيلة إعلامية بعد التلفزيون للحصول على المعلومات البيئية وذلك بنسبة ٦٣,٢٧ ٪، يستمع كل المبحوثين إلى البرامج الإذاعية البيئية، نظرًا لأهمية هذه البرامج، مع ملاحظة اهتمام الإناث أكثر بهذا الجانب، وتعبد أهمية المواضيع البيئية المطروحية هي أكثر ما يشد المستمعين للاستماع لهذه البرامج وذلك بنسبة ٤٤,٥٣ ٪، بالإضافة إلى اتساع نسبة الاستفادة منها، والتي قدرت بنسبة ٣٢,٨١ ٪. ارتفاع مستوى استيعاب المبحوثين للمواضيع البيئية، وذلك بنسبة كبيرة حيث أقر ٧٧,٣٩ ٪ على أن اهتمام الإذاعة بالمواضيع البينية مناسباتي، في حين رأى ٢٢,٦١ ٪ أن اهتمام الإذاعـة مواضيع البيئـة يكـون بصفـة دوريـة، كـما أشـار أيضًـا الباحـث عـلى أن إذاعة قسنطينة تقدم برامج متنوعة تهتم بقضايا البيئة لكن تعد الأخبار البيئية الطابع الغالب، وذلك بنسبة ٤٨,٩٨ ٪، في حين شكلت برامج الحوار ٢٨,٥٧ ٪، والنصائح والإرشادات التوعويـة ٢٢,٤٥ ٪، قدمـت الإذاعـة الجهويـة لقسـنطينة مـن خـلال المواضيـع البيئيـة التـي طرحتها نصائح بيئية تتعلق بنظافة المحيط وذلك بنسبة ٤٨,٩٤ ٪، كما أكد المبحوثون على أن الجهد الإعلامي الـذي تقـوم بـه الإذاعـة غـير كافي وذلـك بنسـبة ٥٩,١٨ ٪، نظـرًا لعـدم وجود تغطية كافية للموضوع البيئي المطروح للنقاش، وذلك بنسبة ٢٢,٤٥ ٪، وفي المقابل رأى مبحوثين آخرين أن الجهد المبذول كافي ويستحق التشجيع وذلك بنسبة ٤٠,٨٢ ٪.

كـما ركـزت دراسـة «معطـار بدريـة» الموسـومة ب» البعـد الاتصـالي للجمعيـات البيئيـة ومكانـة المواطنـة الايكولوجيـة، دراسـة وصفيـة لمخططـات الاتصـال البيئـي للجمعيـات البيئيـة الناشـطة في الجزائـر»، عـلى أليـات الاتصـال البيئـي في الجمعيـات وماهـي مخططاتهـا، أيـن أسـفرت نتائـج الدراسـة التـي خلصـت إليهـا عـلى أن نسـبة ٢٨,٧ ٪ مـن الجمعيـات البيئيـة تأسسـت بجـادرة مـن مختصـين في البيئـة ثـم تليهـا نسـبة ٢٠٠,٣٠ ٪ بجـادرة مـن الدولـة هـذا الـذي يحـد مـن اسـتقلالية الجمعيـات، وأن أغلبيـة أعضـاء

الجمعيات البيئية عينية الدراسية لديهم فكرعين المواطنية الأبكولوجية بنسبة تقيدري ٨٧,٤٠ ٪، هـذا الـذي يعتبر مـؤشر عـلى رواج فكرة المواطنة الإيكولوجية، وتداولها في الخطاب الإعلامي والسياسي في الجزائر، وتستدل بذلك على أن نسبة ٧٦٧,٠ ٪ خاصة عفهوم المواطنة الأيكولوجية هو الإسهام في حماية البيئة عدم قدر أعضاء الجمعيات البيئية، تحديد مفهوم المواطنة الأيكولوجية الذي يرتكز أساسًا على بعد حقوقى، يتمثل في حقوق الإنسان البيئية، كما أستدركت الجمعيات البيئية عينة البحث، آليات لتفعيل أدائها في مجال ترسيخ المواطنة الايكولوجيـة؛ كالتـالى: نسـبة ٢٥,٦٠ ٪ بتوفـير الدعـم المـالي، ٠٩,١٨ ٪ توفـير التكويـن المتخصـص في تقنيات الاتصال البيئي، ١٧,٨٠ ٪ تعزيز الشراكة مع وزارة تهيئة الاقليم والبيئة، هذا الوضع يعبر عن قصور في رؤية الجمعيات البيئية لترسيخ المواطنة الايكولوجية واثبات فاعليتها ميدانيا تتوقف على مدى تحسين الإطار المؤسساتي والقانوني.لكن الملاحظات التي تم استنتاجها من النتائج هي ضعف انتماء الجمعيات البيئية إلى الهيئات الدولية للبيئة والشبكات الدولية للبيئة بالرغم من أهميتها في بناء القدرات وإشراء الخبرات في مجال العمال البيئي وهي أن الجمعيات عينة الدراسة لياس لديها خلية الاتصال بنسبة بلغت ٧١,٤٠٪ أي أن لديها بنية تنظيمية بسيطة، لم تصل بعد إلى إدخال التخصص الكبير الذي تتطلبه الموضوعات البيئية في وظائفها تعتمد في تسيير خلايا الاتصال على تشكيلة بشرية تتمتع بخبرة ميدانية بلغت نسبتها ٧٣,١٠٪، ومهندسين دولة في البيئة بنسبة ٣٤,٥ ٪؛ هنا مكننا الوقوف على حقيقة هاملة مفادها، أن الجمعيات البيئيلة تفتقر إلى العناص البشرية المؤهلة والمتخصصة، في التخطيط وتنفيذ مخططات الاتصال البيئي، إلى جانب أن خلية الاتصال،هي التي تقوم بإعداد مخططات الاتصال البيني، بنسبة قدرت بـ ٥٤,٦٠٠ ٪ هذا الذي يحد من فاعلية المخططات الاتصالية، لأنه يفترض أن يتم إعدادها من قبل فريق متخصص (خبراء في الاتصال)، كما أنها هي التي تحدد احتياجات الفئات المستهدفة في المخططات الاتصالية، بنسبة ٦٨,١٠ ٪، هـذا الـذي يدفعنا إلى التساؤل حـول موضوعيـة عمل الجمعيات البيئية، لأنه لا مكن تحديد احتياجات الفئات المستهدفة والتعرف على خصائصها الأولية، دون إجراء دراسة علمية، حيث أنها لا تبولي أهمية إلى عملية تقييم المخططات الاتصالية، بنسبة تقدر بـ ٤٢ ٪، إلى جانب أنها لا تمتلك أدوات تقييم مخططات الاتصال البيئي، تمكنها بطريقة علمية من التحقق من فاعلية المخططات الاتصالية، حيث تعتمد بنسبة ٧٩٪ على تقارير الجمعيات، كما أنها تحدد العوائق التي تواجهها في إعداد مخططات الاتصال البيئي؛ كالتالي: بنسبة ٧٨,٢٠ ٪ نقص التمويل، ثم نسبة ٢٢,٨٠ ٪ عدم وجود قاعدة للمعلومات والبيانات البيئية، غير أن المخططات الاتصالية للجمعيات البيئية لا تزال أقل من المستوى المطلوب، ويعود ذلك إلى أسباب منهجية وواقعية، ومن أبرز هذه الأسباب عدم وجود جهة مؤهلة لإعداد مخططات الاتصال البيئي وتقديمها إلى جانب موسمية الأنشطة الاتصالية للجمعيات البيئية بالإضافة إلى ضعف كفاءة القائمين بالاتصال البيئي.

أما الشق المتعلق بنتائج كفاءة أعضاء الجمعيات البيئية، فأنها أثبتت عدم إستفادة أعضاء الجمعيات البيئية من دورات تدريبية، حيث بلغت نسبتها ٤٠٠،٣٠ ٪ هذا الذي يؤثر على فاعلية المخططات الاتصالية، لأنها تحتاج إلى قائمين بالاتصال البيئي، مدربين وواعين لطبيعة الفئات المستهدفة واحتياجاتها، كما أن مجالات لدور الاتصال البيئي، وواعيين لطبيعة الفئات المستهدفة واحتياجاتها، كما أن مجالات التدريب تنحصر فقط في إعداد المشاريع البيئية بنسبة ٢٠٨٠٪، تليها نسبة ٤٩٪ في مجال التنشيط الخاص بالتربية البيئية، هذا الذي يعكس أن فرص التدريب والتعليم البيئي المتوفر لا تلبي احتياجات أعضاء الجمعيات البيئية في مجال بناء القدرات الخاصة بالاتصال البيئي، وقد رصدت نتائج هذه الدراسة أيضًا أن المؤسسات التدريب الوطنية المتمثلة في المعهد الوطني للتكوينات البيئية، يقدم برامج تدريبية موجهة أساسًا إلى المنشطين في التخصصات الأتية: التربية البيئية بالتعبير المسرحي؛ وتقنيات تنشيط النوادي الخضراء، هذا الذي لا يسمح ببناء القدرات في مجال الاتصال البيئي، حيث أن فرص التدريب بالمؤسسات الأجنبية ضئيلة حيث استفادت ما نسبته ١٨٠٠٪ من عينة الدراسة من التدريب بالوكالة التعاون التقني الألماني GIZ وبنفس النسبة عنظمة فبيد ريك إبريت» وهنا نسجل ملاحظة هامة التقني الألماني GIZ وبنفس النسبة عنظمة فبيد ريك إبريت» وهنا نسجل ملاحظة هامة هي أن هذه الهيئات هي التي تمتلك الخبرة والخبراء في مجال الاتصال البيئي.

دراسة «كيحل فتيحة» الموسومة ب«الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي- دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي- الفيسبوك؛ أغوذجا» أين تقوم بدراسة كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي؟، وقد خلصت دراستها إلى جملة من النتائج التي توصلت إليها حيث أقرت مهايلي :

يحتل الإنترنيت صدارة أكثر وسائل الإعلام استخدامًا لدى المبحوثين، بنسبة ٦٠,٥٨ ٪ يليها كل من التلفزيون، الجريدة، الراديو وأخيرًا المجلة، تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر المواقع استخدامًا من قبل المبحوثين تليها المواقع العامة ثم مواقع الدردشة، والمواقع المتخصصة، وأخيرًا كل من المنتديات والمدونات.

يعد الجامعيين أكثر الفئات استخدامًا لموقع الفيسبوك وذلك بنسبة ٢٦,٨٨٧مقارنة بباقي المبحوثين من الثانويين وذوي المستوى المتوسط وذلك لاعتبارات عديدة أهمها، أن الطلبة الجامعين هم أكثر الفئات استخدامًا للإنترنت، بحكم عامل المستوى التعليمي، يليه موقع اليوتيوب في الرتبة الثانية ثم موقع تويتر وأخيرًا كل من ماي سبايس وفليكر.

تعد المواضيع العامة والمتنوعة أكثر المواضيع التي تستهوي أفراد العينة، تليها المواضيع الثقافية في الرتبة الثانية ثم المواضيع الاجتماعية والمواضيع العلمية، في حين تحتل المواضيع السياسية ومواضيع أخرى المرتبة الأخيرة من حيث جذبها للمبحوثين، اذ يقيم المبحوثين موقع الفيسبوك ويقرون بأنه جيد بنسبة ٣٩,٢٠ ٪ في حين يرى أخرون بأنه حسن بنسبة ٨٢,٧٠ ٪، في حين يقيم ما نسبته من أفراد العينة هذا الأخير، ويرون بأنه مقبول بنسبة ١٣,٩٧ ٪ ببلغ نسبة المبحوثين الذين يرون بأن موقع الفيسبوك رديء ٨٠٠١ ٪، إلى جانب ٧٤,١٩ ٪ من المبحوثين يرون بأن موقع الفيسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي في حين يرى ٢٥,٨٠ ٪ من المبحوثين، بأن هذا الموقع لا يساهم في التوعية البيئية، تقدر نسبة المبحوثين الذين يرون بأن مساهمة موقع الفيسبوك في نشر الوعي البيئي كبيرة ب ٢٧,٥٣ ٪، في حين يرى ١٨,٥٠ ٪ من المبحوثين بأن هذه المساهمة متوسطة، ويرى آخرون بأن هذه المساهمة يرى ١٥,٣١ ٪ من المبحوثين بأن هذه المساهمة متوسطة، ويرى آخرون بأن هذه المساهمة

مقبولة بنسبة ٣٦,٢٣٪، وتبلغ نسبة أفراد العينة الذين يرون بأن مساهمة هذا الموقع تعد مساهمة ضعيفة بـ ٢٠,٠٠٪ يرى ٢٤,٣٠٪ من أفراد العينة بأن موقع الفيسبوك يلعب دورًا اجتماعيًّا، مقابل ٢٤,٥٨٪ يرون بأن هذا الأخير يلعب دور إعلامي، وتقدر نسبة المبحوثين الذين يرون بأن موقع الفيسبوك يلعب دور ترفيهي بـ ٣٦,٨٧٪ في حين يرى ما نسبته ١٤,٢٤٪ من أفراد العينة بأن موقع الفيسبوك يلعب دورًا توعويًّا.

نلاحظ من عرض الدراسات السابقة أن جل المبحوثين ركزوا على البيئة من البعد الاتصالي، أين نرى دراسة سهام بن يحي التي قامت بربط الموضوع البيئي بالمعالجة الإعلامية في الصحف والتي تعتمد في معالجتها على أسلوب الخبر الصحفي الذي يتسم بالبساطة، كما توصلت إلى أن النقص في كفاءات التأهيل الإعلامي في الجانب البيئي أدى إلى عدم تحقيق الوعي البيئي لدى جمهور الصحف عينة الدراسة، فالرسالة الإعلامية مقتصرة على الخبر الصحفي وبالتالي لا يوجد تسويق إعلامي بيئي من أجل إثارة فضول الرأي العام، كما نوهت أيضًا إلى أن المواضيع البيئية لا تشغل الصحافة الورقية وبالتالي الاستراتيجية الإعلامية البيئية غير مكتملة وذلك نتيجة لعدم الربط البيئي بمختلف مجالات الحياة، وغياب التخصص الإعلامي في مجال البيئة، وهو ما انعكس على جدوى وفعالية الرسالة الإعلامية.

كما نرى دراسة ياسين بوذراع الذي سلط الضوء في دراسته على الإذاعة ودورها في نشر الوعي البيئي والتي أكدت مجمل نتائج الدراسة إلى أن الحيز الزمني لعرض الرسالة الإعلامية البيئية غير كافي، وبالتالي المعالجة الإعلامية تكون دون المستوى المطلوب، وباعتبار الإذاعة لها خصائص ومميزات تنفرد بها عن الصحف إلى أنها لم تحقق المعالجة الإعلامية البيئية الجديرة بها، واكتفت بالحث على مواضيع بسيطة كنظافة الحي، كما إنها تميزت بمعالجة المواضيع مناسباتيا، ولم تكن ضمن البرنامج الثابت للإذاعة، وهو ما أدى إلى عدم استغلال الجمهور العريض لهذه الوسيلة التي تمتاز بلغتها البسيطة ووصولها إلى ربات البيوت بششكل خاص، من أجل تغيير المفاهيم البيئية، احتضان قواعد أساسية في التعامل مع البيئة وقضاياها والتعريف بالمشكلات البيئية وانعكاساتها على الإنسان بإنسيابية وبتوازن معقول.

يتبين من دراسة معطار بدرية التي تناولت البعد الاتصالي للجمعيات البيئية ومكانة المواطنة الأيكولوجية، حيث قامت بدراسة وصفية لمخططات الاتصال البيئي للجمعيات البيئية، والتي توصلت إلى أن التكوين في المجال البيئي، أساس نجاح العمل الإعلامي، وهو ما يغيب على الجمعيات البيئة محل الدراسة، كما أن مفهوم المواطنة الإيكولوجية يتمحور عند المبحوثين حول كيفية المساهمة في حماية البيئة، وتغييبهم للبعد القانوني لهذا المفهوم الذي يتمثل في حقوق الإنسان البيئية، إلى جانب ضعف انتماء الجمعيات البيئية إلى الهيئات الدولية للبيئة، والشبكات الدولية للبيئة، بالرغم من أهميتها في بناء القدرات، وإثراء الخبرات في مجال العمل البيئي، وهي أن الجمعيات عينة الدراسة ليس لديها خلية الاتصال، وبالتالي كيف ستعمل على تحقيق الاتصال البيئي، وتنيمية الوعى بالبيئة لدى أفراد المجتمع، فالأساسيات التي تنطلق منها معدومة.

أشارت دراسة كيحل فتيحة إلى دور الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، أين تبنت مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي، كما أشارت في نتائجها إلى أن موقع الفيسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي، واعتبرت أن دوره يقوم على الترفيه أكثر من التوعية .مما يحد من انتشار الوعي البيئي وسط المستخدمين .

ما سبق، نجد أن الدراسات السابقة ركزت على المعالجة الإعلامية للمواضيع البيئية، والاتصال البيئي في الإعلام التقليدي، وكيف يساهم في نشر الوعي البيئي وسط المجتمع، غير إن دراسة كيحل فتيحة التي درست الإعلام الجديد ودور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي، يستنتج من نتائج هذه الدراسة إنها انطلقت من الرسالة الإعلامية واعتبرتها مركز الدراسة، وهو ما يجب التنويه على أن دراسات الإعلام البيئي وجب أن تنظلق من مصادر الإعلام البيئي والتركيز على المرسل، أضافت هذه الدراسات الى دراستنا الأبعاد الإعلامية للرسالة الإعلامية البيئية، وإن القصور لا يشمل الرسالة بحد ذاتها وإنما يشمل الجمهور المستهدف.

تركز دراستنا على الإعلام الإلكتروني، وكيف يمكن من خلاله تسويق المواضيع البيئية، لمختلف فئات المجتمع، باعتباره مكان افتراضي تجتمع فيه كل أطياف المجتمع،

وقياس مدى الدور التحسيسي الذي يقوم به، وبالتالي توجيه الهدف من دراستنا إلى أن اكتمال العمل البيئي يتطلب ثلاثة أبعاد رئيسية تشكل اضلع مثلث أساسها التعليم عن البيئة وموضوعاتها، وفهم أساسيات التداخل والمخرجات التي تنتجها، ليتحد الضلع الثاني مشكلًا الإعلام الذي يرتكز في جوهره على إعداد الصحفي البيئي المتمكن في مجاله ويخضع الموضوع البيئي إلى كل القوالب الإعلامية، وبالتالي فهو يتيح للجمهور قاعدة بنكية من العلومات البيئية المتاحة أمامهم التي يتناولونها والتي تسمح لهم بتغيير مفاهيمهم اتجاه البيئية وبالتالي سهولة تغيير مخرجات السلوك، والتفاعل مع البيئة بكل عناصرها ومحتوياتها، ليتوازن الضلع الثالث بالقوانين البيئية، وضرورة معرفة أن للإنسان الحق في العيش في بيئة نظيفة وأمنة، لنصل في محصلتهم إلى بناء إنسان بيئي يدرك ماله.

» » »

المبحث الثالث: المداخل النظرية للدراسة المطلب الأول: نظرية الاسخدامات والاشياعات

تعظى نظرية الاستخدامات والإشباعات باهتمام خاص في الدراسات الإعلامية، وذلك لتركيزها على الجمهور الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية بشكل نشط لتحقيق حاجات معينة، وقد كشفت الدراسات النظرية عن وجود عوامل يمكن أن تؤثر على علاقة الجمهور بالوسيلة، منها عوامل سيكولوجية وسوسيولوجية متعلقة بالأفراد وعوامل متعلقة بالوسيلة -خصائص وسائل الاتصال- وهو ما يشير إليه «أدلستاين» (Edelstein) وزملاؤه باعتبار أن هذه النظرية جاءت كرد فعل لفهوم القوة الطاغية لوسائل الإعلام بإضفائها صفة الإيجابية على الجمهور، الذي لم يعد مجرد مستقبل سلبي لرسائل الاتصال الجماهيري، ذلك إن كل فرد منه يختار بوعي الوسيلة التي يرغب في التعرض لها وضط المضمون الذي يلبي حاجاته لما للمتغيرات المعرفية والثقافية من أدوار قوية في عملية التأثير"، فالفرد بحسب النظرية يتميز بالعوامل الانتقائية.

يعبر «بلومر» (Blumler) بان عنصر النشاط او الفاعلية لدى الجمهور يشير الى الدافع الاساسي والانتقائية والاذواق والاهتمامات التي يمكن ان تحدث قبل حالة التعرض لوسائل الإعلام -الفروق الفردية والتباين الاجتماعي-،وقد كان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعال في انتقاء أفرادها لوسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام وهو مايصفه « ريتشارد هاريس» (Harris Ritcherd) إن تأثير وسائل الاتصال يتم من خلال الانتقاء الذي يعتمد على الفروق الفردية حيث يتباين في إدراكهم لنفس الرسالة كما يتباينون في طبيعة استجابتهم لها، اختلاف المستويات الثقافية والحاجات المراد إشباعها "،هو مادي إلى وجود تصنيف جديد في سلم الجمهور وهو ما تهتم به نظرية الاستخدامات والإشباعات أين درست الاتصال الجماهيرى دراسة وظيفية منظمة ".

٢٢ حســن عــماد مكاوي،ليــلى حسـين السـيد: الاتصـال ونظرياتــه المعـاصرة (القاهــرة: الـدار المصريــة اللبنانيــة،ط٢٠٠٦)، ص ٢٣٩.

٢٣ فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية (دمشق:دار الفكر،ط١،٢٠٠٢)، ص١٥٦.

۲٤ حسن عماد مكاوى،ليلي حسين السيد:مرجع سابق،ص٢٣٩.

تبني نظرية الاستخدامات والإشباعات حسب «كاتز» (Kattz) وزملائه على خمسة فروض هي:

إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل التحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم.

ا-يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

- ٢- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد
 هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدمهم.
- ٣- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- 3- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسالة فقط. "

الفروض المصاغة حسب الباحثين من شانها -حسبهم -تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية تتمثل ادوارها في:

- تسعى إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- تهدف إلى شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي
 يحدث نتيجة التعرض.
- تحاول التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال
 الجماهيري".

۲۵ -حسن عماد مكاوى،ليلي حسين السيد:مرجع سابق،ص١٦١.

٢٦ -فريال مهنا: مرجع سابق،ص١٦١.

تركز النظرية على مصطلح الجمهور النشط الذي يعد جوهر النظرية ، حيث يرى باحثوا الاستخدمات والإشباعات أن جمهور وسائل الإعلام جمهور إيجابي نشط تتوفر لديه النية او القصد مسبقًا، يسعى لتحقيقها من خلال استخدامه لوسائل الإعلام المختلفة والاختيار بينها بناء على مامدى توقعه من استخدامه لهذه الوسيلة سوف يشبع ما لديه من احتياجات فالجمهور هنا جزء لا يتجزأ من العملية الاتصالية بمعنى أن الإنسان يدرك ما يختاره ويختار ما يدركه يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب بالنسبة له ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم هذا المحتوى ويعرف ذلك بالانتقاء النسبي أو توقع المكافاة وهو الموازاة بين قدر الإشباع الذي سيحصل عليه الفرد في مقابل المجهود المبذول للحصول على هذا الإشباع بناء على ذلك فان مفهوم الجمهور النشط يفترض إن هناك دافعًا وراء كل فعل وهذا ما افترضه منظور الفعل الدافع إذ افترض إن استخدام وسائل الإعلام هو نشاط عقل وموجه لهدف وسلوك مقصود.".

يوضح ذلك «بلومر» (Blumer) إن مفهوم النشاط يشمل العديد من المعاني قرار المشاهدة في حد ذاته، ومالذي سيساهده؟، ومالذي سيعود على الفرد من المشاهدة؟ أي المنفعة المتوقعة ثم القصد والاختيار ومقاومة التأثير، وهو مايؤكد إن مصطلح نشاط الجمهور ليس مصطلحًا ثابتًا او قاطعًا ولكنه مصطلح متغير. كما إن النشاط في حد ذاته أمر نسبي فبعض أفراد الجمهور قد يكون أكثر نشاطًا والبعض الآخر قد يكون أكثر سلبية. كما أن المستخدم اللانشط في وقت ما يحكن أن يصبح نشطًا في وقت آخر فضلًا عن أن مستوى النشاط يختلف على مدار اليوم ووفقًا لنوع المضمون المقدم في وسائل الإعلام، ورغم الاتفاق أن للجمهور دورًا نشيطًا في عملية الاتصال الجماهيري إلا إن درجة هذا النشاط لا تنزال محل خلاف^٬ اذ يحدد «ماكويل» (Mcquail) و«جوزفيتش» (Josvi) ثلاثية مداخل لتحديد دور الجمهور في عملية الاتصال الجماهيري وهي:

۲۷ دیفلیر ملفین،روکیتش ساندرا: نظریات وسائل الإعلام،ترجمة کمال عبد الرؤوف (القاهرة:الدار الدولیة
 للنشر والتوریع،۱۹۹۳)،ص ۱۸۰

٢٨ -عبد الحميد محمد: نطريات الإعلام واتحاهات التأثير (القاهرة ١ عالم الكتب،ط١٩٩٣،٣٠)، ص٤٤

- ١-المدخل الوظيفي: وهو المعنى بالحاجات والإشباعات
- ٢-المدخل البنائي الثقافي: وهو المعني بالتنظيم الاجتماعي لمحتوى وسائل الإعلام وسلوك التعرض لهذا المحتوى
 - ٣-مدخل الفعل الدافع : وهو المعنى بالفرد باعتباره فعّالا له هدف يسعى له. ``

اجتهد كل من «ليفي» (Levi) و«ويندهال» (Windhel) لتحديد نشاط الجمهور وإبعاده في عملية الاتصال على النحو التالى:

البعد الأول: التوجه النوعي لأفراد الجمهور: ويشمل ثلاثة مستويات هي:

- -ا- الانتقائية: تعني الاختيار الهادف غير العشوائي لوسيلة معينة أو مضمون محدد من مضامينها الإعلامية وعتد مفهوم الانتقائية ليشمل كلا من الإدراك الانتقائي والتذكر الانتقائي.
- -ب- الانشخال: هـ و الدرجـ ة التي يتفاعـل بهـا أفـراد الجمهـ ور سـيكولوجيا مـع وسـيلة إعلاميـة أو محتواهـا وذلـك عـلى المسـتوى الإدراكي والتأثيري والسـلوكي.
- -ج- المنفعة: وهي الفائدة التي تقدمها وسائل الإعلام للجمهور فالجمهور يستخدم تلك الوسائل لإشباع أو توقع إشباع بعض الحاجات النفسية والاجتماعية.

البعد الثاني: البعد الزمني: وهو تقسيم نشاط الجمهور في عملية الاتصال بالنظر إلى توقيته قبل أو أثناء أو بعد التعرض لوسائل الإعلام

- -ا- النشاط قبل التعرض: يتمثل في التخطيط المقصود لمشاهدة وسيلة معينة أو مضمون محدد.
- -ب- النشاط أثناء التعرض: يتمثل في الانتباه أثناء التعرض، فشعور أفراد الجمهور وإدراكهم لما يشاهدونه أثناء العملية الاتصالية يؤثر على ناتج العملية الاتصالية فإحساس الجمهور بالصداقة مع الوسيلة ومضمونها يعكس استغراقًا اثناء التعرض.

٢٩ - رضا عبد الواحد امين: الصحافة الإلكترونية (القاهرة: دار الفجر للنشروالتوزيع،ط١،٢٠٠٧)،ص ٣٨

ج- النشاط بعد التعرض: يتمثل النشاط هنا في الإدراك والمناقشات مع الآخرين فيما تم العرض له وهذا يكون مرتبطًا بنتائج العملية الاتصالية ".

ذكر «بلومر»(Blumer) أربعة أبعاد لنشاط الجمه ور تتمثل في المنفعة والقصد والانتقائلة ومقاومة التأثير.

- ا- إيجابية الجمهور: معنى الانتقائية، يعني أن الجمهور لديه القدرة على الاختيار الواعي للوسائل والمضامين الإعلامية التي تحقق ما لديه من حاجات اجتماعية ونفسية، بالإضافة إلى قدرة هذا الجمهور على الإدراك والتذكر الانتقائي، لما يقدم له من رسائل اعلامية والاستمرار في استخدام محتوى الرسائل التي تتفق مع رغباته
- ۲- إيجابية الجمهور بمعنى النفعية، يعني أن استخدام الجمهور لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة وإشباع حاجات معينة، وإشباع تلك الحاجات هي بمثابة نفعة يحصل عليها أفراد الجمهور.
- ٣- إيجابية الجمهور بمعنى العمدية أو القصد أي أن استخدام أفراد الجمهور لمضمون وسائل الإعلام يكون مدفوعًا بحاجات سابقة لدى الأفراد يكون مصادرها الخصائص الفردية، الاجتماعية والبيئية المحيطة بأفراد الجمهور.
- ٣- إيجابية الجمهور هعنى التوحد أو المشاركة: يعني الاندماج مع النماذج التي تقدم في وسائل الإعلام والتأثير بهذه النماذج ويعتمد التوحد على ما يقدم من مضمون
- ٤- إيجابية الجمهور بمعنى مقاومة التاثير: تعني أن أفراد الجمهور -جمهور عنيد يأخذون بمحدودية تأثير وسائل الإعلام في التفكير والشعور والسلوك ودوافع استخدامهم لها".

٣٠ فرج الكامل:بحوث الإعلام والراي العام؛ تصميمها؛ احراؤوها وتحليلها (القاهرة:دار النشر للحامعات، ٢٠٠١)،ص ٣٠.

٣١ محمد محمد عمر الطنوي نظريات الاتصال (الإسكندرية :مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ،ط١ ،
 ٢٣٠١، ٢٠٠١،

تختلف دوافع التعرض لهذه الوسائل وبناءً عليه قام كل من «ماكويل» (Mcquail) و«بلومـر» (Blumer) و«بلومـر» (Blumer) عامـي ١٩٨٨-١٩٧٦ إلى وضـع أربـع قوائـم رئيسـية لتحديـد دوافـع الأفـراد تمثلـت في:

أولًا: دوافع لإحداث نوع من التغيير أو التحول في حياة الفرد اليومية، من أجل التسلية أو من أجل التسلية أو من أجل الإثارة أو لمجرد إحداث نوع من التنفيس أو التحرر العاطفي .

ثانيًّا: دوافع تكوين العلاقات الشخصية متمثلة فيمايلي:

- ا -الصحبة: وهي تعني دخول المتلقي في علاقات مع شخصيات الوسيلة، وهذه العلاقات تسمى علاقات التوحد أو التقمص، حيث يرى أفراد الجمهور أن هذه الشخصيات أصبحت مثل الأصدقاء من خلال التأكيد على فكرة الصحبة البديل، فهم عثلون صحبة جيدة وممتعة لهم ويصبحون أيضًا موضوعًا لحديثهم ومناقشتهم مع الآخرين.
- ٢- المنفعة الاجتماعية :أي استخدام الوسيلة بطريقة نفعية لأغراض التفاعل الاجتماعي مع أشخاص الحياة الواقعية، ويشمل أيضًا استخدام الوسيلة كمصدر للحصول على المواد والموضوعات التي يمكن الحديث بشأنها مع الآخرين.
- ٣- الهوية الشخصية: يكتشف أفراد المجتمع الحياة من خلال شخصيات الوسيلة فمن خلال استخدامهم لوسائل الإعلام تقوي وتدعم ثقتهم في غيط الحياة التي يعيشونها والقرارات التي يتخذونها والمباديء التي يؤمنون بها

يعد مدخل الاستخدمات والإشباعات منظومة علمية تتضمن العديد من النماذج التي اجتهد الباحثون في صياغتها ودراستها بأسلوب علمي واستخدامها في العديد من الأبحاث ومن أهم النماذج نذكر:

غـوذج كاتـز وزملائـه، يعـد أول غـوذج تـم اسـتخلاصه مـن الدراسـات التـي أجريـت في مجـال الاسـتخدمات والإشـباعات، فقـد اهتـم كاتـز بدراسـة العلاقـة بـين حاجـات الفـرد واتجاهاتـه السـلوكية والإشـباعات التـي يسـعى للحصـول عليهـا مـن بـين البدائـل الوظيفيـة

٣٢ - نفس المرجع، ص٢٣٢.

المختلفة بما فيها وسائل الإعلام⁷⁷. يتمثل النموذج في وجود عدد من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد، تتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والاطار الاجتماعي المحيط بالفرد، وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حدتها والحلول المحتملة لتلك المشكلات، وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات، ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى، ويؤدي ذلك إما للإشباع أو عدم الإشباع وتمر بنفس المراحل السابقة ³⁷.

يعتبر غوذج «دينيس ماكويل» (Denis Mcquail) رؤية مشتقة من النموذج الذي وضعه كاتز وزملاؤه يتمثل في إن الظروف الاجتماعية والشخصية والسيكولوجية تؤثر في كل من العادات العامة لاستخدام الوسيلة الإعلامية والمنافع والتوقعات التي تقدمها وسائل الإعلام مما يشكل سلوكًا معينًا في عملية اختيار وسائل الإعلام واستخدامها، ويتبع ذلك تقدير لقيمة التجربة الاتصالية والنتائج المترتبة عليها في المرات التالية و"، كما اهتم فوذج «روزنجرين» (Rosengren) بالحاجات الإنسانية التي تقع في أعلى هرم «ماسلو» أموذج «روزنجرين» للحاجات فقد قام بتطوير النماذج الإحادية للاستخدمات والإشباعات ليضع في وذجًا جديدًا بحيث يضع في الاعتبار العوامل الاجتماعية المحيطة بأفراد الجمهور التي تتولد عنها حاجات إنسانية تتفاعل مع كل من سمات الفرد الداخلية والخارجية، بالإضافة إلى إحتكاكها بأبنية المجتمع المحيطة به ها فيها وسائل الإعلام، وينتج عن هذا التفاعل ظهور مشكلات للفرد سواءً كان بها قويًّا أو ضعيفًا، فيبحث عن حل لها ويظهر دور وسائل الإعلام في إيجاد هذا الحل أو إشباع احتياج الفرد، وتحقيق هدف و نتيجة هذا السلوكية إما إلى غاذج الإشباع أو غاذج من عدم التوضيح" غير أن روزنجرين يرى بأن السلوكية إما إلى غاذج الإشباع أو غاذج من عدم التوضيح" غير أن روزنجرين يرى بأن الدوافع من الصعب علميًّا فصلها عن الحاجات والمشكلات إلا على المستوى التحليلي فقط، الدوافع من الصعب علميًّا فصلها عن الحاجات والمشكلات إلا على المستوى التحليلي فقط، الدوافع من الصعب علميًّا فصلها عن الحاجات والمشكلات إلا على المستوى التحليلي فقط،

٣٣ -حسن عماد مكاوى،ليلي حسين السيد:مرجع سابق،ص١٧٠.

٣٤ - حمدي حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام (مصر: الفكر االعربي،ط١٠١٩٨٧)،ص٣٤.

٣٥ -محمد محمد عمر الطنوبي: مرجع سابق، ص٢٥٥.

٣٦ - ديفلير ملفين،روكيتش ساندرا: مرجع سابق،ص١٩٩٠.

فالدوافع هي الإشباعات سواء المطلوبة أو المتوقعة والتي حاولت معظم الدراسات جمعها معًا داخل ضوذج واحد ".

إن اسقاط النظرية على استخدامات تطبيقات الإعلام الإلكتروني يساهم في فهم العلاقة التكاملية بين الانتقاء الفردي لإشباع الحاجات والاتصال التفاعلي للفرد النشط الذي يغذي من خلاله لولب حاجاته وإلى أي مدى يساهم في تحقيق الإشباع حيث تم اختيار هذه النظرية من أجل الدراسة لسهولة تطبيق الفروض عليها، أين ساهمت تطبيقات الإعلام الإلكتروني في توليد مصادر جديدة للمعلومات وتداولها إلى جانب وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية، حيث مثلت وسائل الاتصال الرقمية أحد البدائل والخيارات الجديدة المطروحة أمام جمهور وسائل الإعلام لإشباع حاجاته بناءً على التوقعات التي يرسمها، كما يتميز أستخدام الاتصال الإلكتروني من طرف الجمهور بعنصر التفاعلية مما يجعل هذا الجمهور أكثر نشاطًا ومشاركة في العملية الاتصالية، كما أنه يتخذ قرارته الخاصة بانتقاء الوسيلة و استخدامه لها عن وعي كامل بالحاجات ومدى إشباعها من جراء استخدام وسائل الاتصال الرقمي، وهو ما يوفر الفرد الانتقائي؛ والنشط في العملية الاتصالية ككل، الذي يسعى إلى:

- ١- الاتصال بالغير من خلال الوسائل لمتاحة على شبكة الإنترنيت التي تعتمد بدرجة كبيرة على مدى استيعاب الفرد لهذه التطبيقات، والتحكم فيها من أجل استخدامها للاتصال والتواصل مع الآخرين، وهنا النموذج الاتصالي يكون أفقي مفتوح بين المرسل والمستقبل.
- ٢- التجول بين المواقع المتعددة؛ كمواقع الويب أو الصحافة الإلكترونية؛ من أجل تلبية الحاجات المستهدفة؛ مثل الحاجات المصرفية ؛ التعليمية؛ التسلية الترفيه؛ الاسترخاء إضافة إلى حاجات أخرى.

يتميز استخدام وسائل الاتصال الرقمية بظهور الحاجات المتجددة- فالفرد يتأرجح في سلم الحاجات وبالتالي تتولد الحاجات من أولويات الانتشار وليس أولويات

٣٧ -حسن عماد مكاوي،ليلي حسين السيد:مرجع سابق،ص١٨١.

تحقيق الإشباع - التي تظهر أثناء الإبحار في شبكة الإنترنيت فضلًا عن تعدد دوافع الاستخدام وفي حالة عدم تلبية هذه الحاجات يمكن للمستخدم أن يبحث عن مصادر أخرى، فالفرد يتعرض في الفضاء الافتراضي لكم هائل من المنبهات، التي تتوالى في وقت واحد فيقوم بانتقاء المنبه الذي يقع ضمن أولويات واقعه، فالاحتكاك بين الواقع الافتراضي والواقع يشكل استقصاء انتقائي للمواد المتاحة، والتي تركز على تغيير أنماط السلوك وتنقل الحاجة من الواقع الافتراضي إلى بناء السلوك، وهو ما تفعله الوسائط الحديثة فتزاوج التطبيقات لا يساهم في التأثير اللحظي لرد الفعل أثناء استخدام الوسائط الرقمية ولكنه يتجاوز إلى ما مدى ترسيخ الأفكار في الواقع، وبالتالى إنتاج السلوك الفعلى المراد من الرسالة.

يحقق استخدام وسائل الاتصال الرقمي مجموعة من الإشباعات الظاهرة من بينها:

- ١- الاحتكاك الافتراضي بالعالم الخارجي: يعد إبحار المستخدم في مواقع الإنترنيت بمثابة نافذة على العالم أين تسقط الحدود البغرافية والسياسية، وذلك بإتاحة الزمن الرقمي الذي يوفر الإطلاع على كم هائل من البناءات المعرفية، وتفكيك القيود المعرفية لإحداث التشبع المعرفي المرغوب، وتحقيق الانصهار الثقافي في الفضاء الافتراضي من أجل إشباع الرغبة في معرفة الآخر والاحتكاك بالشعوب الأخرى.
- ٢- البحث عن المعلومات أو الانتاج الذاتي للمعلومات: يتيح الإنترنيت فرصة للإنتاج الذاتي للمعلومة الذي توفره التقنيات الحديثة إلى جانب الإطلاع على كم هائل من المعلومات المعلومة محليًا أو عالميًا وتحقق نوع من فضاءات التثقيف، التسلية والاستمتاع المفتوح.
- ٣- بناء فضاء افتراضي: حققت شبكة الإنترنيت لمستخدميها فضاء معلوماتي أيقوني، ينتقل فيه الفرد بين الوقع الفعلي للاستخدام إلى المشاركة التفاعلية الافتراضية، وهذا ما يتجسد في رقمنة الوسيلة والمضمون أين تساهم هذه النماذج في تطوير القالب الإعلامي، وتتيح فرصة الانتقاء ليضع المستخدم المحتوى الذي يتناسب واحتياجات أقرانه، أين يكون معهم اتصال تفاعلي افتراضي، يسعى

من خلاله تحقيق ما يفقده في التواصل الواقعي، وهو ما نلاحظ ترجمته عند «دونيهو» (Donowho) ورفاقه نموذج «التدفق لطلب المعلومات تجنبها ومعالجتها»، الدي يفترض وجود منبهات حوافز تستدعي طلب المعلومات للتعامل مع المواقف والمشكلات؛ إذ تثير هذه المنبهات انتباه الأفراد بحيث يباشرون مقارنتها بعناصر الصورة الواقعية لديهم بعني قيمهم معارفهم ورؤيتهم وفقًا لمستوى حاجاتهم وقدرات استيعابهم وكذا طريقة تعاملهم مع المعلومات ذاتها ينطوي النموذج أيضًا على عناصر ترتبط بالمواقف المؤثرة؛ فبحث الفرد عن المعلومات كحجم توافرها وضغط الوقت حيث يعتمدون مصدرًا أو أكثر، ثم يأخذون بأسهل الأساليب وأكثرها أمانًا فيجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات ليتم تصنيفها، فيما بعد وربطها بالخبرة السابقة ليقرر الفرد أخيرًا إغلاق دائرة سعيه لطلب المعلومات بعد الشعور بأن ما حصله منها كاف لمساعدته في اتخاذ القرار المناسب ويتبع ذلك مبادرة الفرد لعمل ما أو لنوع من السلوك يساعده في تقييم النتائج من خلال مراجعة صورة الواقع في ضوء المعلومات الجديدة بالشكل الذي قد يؤدي إلى تغيير أو تدعيم معتقدات الفرد حول استراتيجية المعلومات التي يستخدمها".

إن الإشكالية التي تطرح في تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات هي عدم التحديد الواضح لمفهوم النشاط الذي يوصف به الجمهور المتلقي في علاقته بالاستخدام والإشباع، حيث هذا المفهوم قد يحمل عدة معاني منها المنفعة كما إن إعتبار الفرد نشيط يقوم بانتقاء واختيار الوسائل ومحتوياتها بحسب اهتماماته واحتياجاته، فالمتلقي انتقائي يختار بنفسه ولا يقبل بأن يفرض عليه شيء حتى من قبل وسائل الإعلام وبالتالي فإن نشاطهم يجنبهم تأثير وسائل الإعلام وبالتالي فإن نشاطهم يجنبهم تأثير وسائل الإعلام وبالتالي فإن تطبيق مدخل الاستخدام والإشباع يطرح العديد من التساؤلات حول كيفية قياس الاستخدام، إذ تتسم بالتداخل الشديد في الوقع العملي بين عناصرها كما يتداخل عامل الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض

٣٨ منال كبور :الفضائيات الاحبارية واتحاهات الاستاذ الحامعي الحزائري حيال عملية السلام مع اسرائيل،رسالة ماحستير (غير منشورة) في علوم الإعلام والاتصال،تحصص اتصال وعلاقات عامة،حامعة باتنة،٢٠١٠/٢٠٩، ص٥٦.

٣٩ - حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص ١٨١.

لوسائل الإعلام أو لمحتواها مع كثافة التعرض والاستخدام بالإضافة إلى أن بحوث الاستخدام والإشباع ركزت على الاختيار الكلي لوسائل الإعلام ومحتوياتها وأغفلت البحث عم «ماذا يفعل الجمهور بتلك المحتويات» "

يعتبر المؤيدون لمدخل الاستخدامات والإشباعات في ردهم على الانتقادات التي وجهت لهذا المدخل إن كل ما أثير حول المدخل لا يمكن أن ينفي دوره في دراسة علاقة الفرد بوسائل الإعلام وينطلق هؤلاء من إمكانية حدوث تغييرات في سلوكيات أفراد الجمهور تجاه الوسيلة الإعلامية التي يمكن أن يتغير مضمونها ونوعها بغية إرضاء المتلقي بمعنى أن هناك تغييرات متبادلة في سلوك الإفراد ومحتويات وسائل الإعلام والاتصال بالإضافة إلى ذلك فإن قياس اتجاهات الإفراد ومدى إشباع حاجاتهم لا يمثل مشكلة تعترض مدخل الاستخدام والإشباع فقط وإنها هي عوائق أمام مختلف الأبحاث الاجتماعية لأنها تتعامل مع الفرد الذي يتسم سلوكه بالتغير وعدم الثبات "

* * *

٤٠ - ديفلير ملفين،روكيتش ساندرا:مرجع سابق،ص٢٠٢.

٤١ -- ديفلير ملفين،روكيتش ساندرا: مرجع سابق،ص٢٠٢.

الفصل الثاني

الإعلام الإلكتروني وتطبيقاته



الفصل الثاني: الإعلام الإلكتروني وتطبيقاته المبحث الأول: الإعلام الإلكتروني المفهوم والتطور المطلب الأول: مفاهيم الإعلام الإلكتروني

تعتبر شبكة الإنترنيت اليوم أكبر جزء في تقنية المعلومات، وأهم أداة اتصال وتواصل، خاصة بعد انتشار التقنيات الحديثة للاتصال؛ وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام والاتصال، مما ساهم في ظهور الإعلام الإلكتروني والذي لخصت لجنة الخبراء المشكلة من قرار مجلس وزراء الإعلام العرب المجتمعة في القاهرة ٢٠٠٧ إلى تعريف موحد مقترح للإعلام الإلكتروني مشيرة إلى أنه: «هو الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي، آليًا أو شبه آلي، في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كعوامل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون»".

نلاحظ من خلال هذا التعريف أنه لم يستثن مصطلحات ومفاهيم مترادفة تصب كلها في تسمية هذا الإعلام الذي يستمد أساسياته من الإعلام التقليدي- أين كرسه وطور من أهم هذه المسميات:

الإعلام الإلكتروني؛ وذلك لاستخدامه الوسائل الإلكترونية في بثه للبرامج والأخبار والمعلومات.

الإعلام الجديد، قياسًا بالإعلام التقليدي، الذي كان جديدًا في وقت سابق - فهذا الإعلام باعتماده وسائل وممارسات إعلامية غير معروفة سابقًا سمي بالإعلام الجديد.

الإعلام البديل، حيث أصبح له شعبية وجمهور، اتخذه بديلًا عن الإعلام التقليدي بسبب ميزاته وخصائصه.

الإعلام التفاعلي؛ وذلك بإتاصة الفرصة والمساحة أمام الجمهور؛ للتفاعل مع المواد المنشورة عبر وسائله المختلفة والتعليق عليها بشكل فورى.

٤٢ عبد العزيز بن سلطان الملحم: الإعلام الإلكتروني: (القاهرة؛ مصر بحث مقدم للمؤتمر الدولي للاعلام الإلكتروني،٧٠٠٧)، ص١٨١.

الإعلام المجتمعي؛ لتمتعه بخاصية مشاركة أفراد المجتمع بصنع محتواه خاصة مع انتشار الوسائل التي تساعد على ذلك، مثل الكاميرات المختلفة وأجهزة الموبايل والتي أتاحت المجال أمام المواطن العادي ليصبح صحفيًا ينتج ويبث الأخبار والمعلومات.

الإعلام الرقمي؛ لإعتماده على التكنولوجيا الرقمية مثل: مواقع الويب ومزجه لخدمات الفيديو، الصوت والنصوص والتي تقوم بنقل كافة المعلومات إلكترونيًا.

الإعلام الشبكي؛ لأنه يقوم على بث بعض محتواه على الشبكات بروابط معينة يمكن الدخول والتجول عبرها والإستفادة من محتواها، يشار في مختلف أدبيات الإعلام والاتصال؛ إن العديد من الباحثين اجتهدوا في تعريف الإعلام الإلكتروني واعتبروه إعلامًا بديلًا عن التقليدي، ففصلوا بينهما بإطلاق تسميات الإعلام الجديد، ونقدم أهم التعريفات في هذا الحقل.

يعرفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة high-tech dictionary:

«الإعلام الجديد بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة» ٤٠٠.

يعرفه قاموس الكمبيوتر Computing Dictionary:

عبر مدخلين هما:

- أن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي والإنترنيت، وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة، بالإضافة إلى التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق، ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما، تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي، إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو في الوقت الذي يمكن فيه أيضًا، معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي جهاز ذكي.
- ٢- يشير إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، عا يسمح للمجموعات
 الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنيت وتبادل المنافع

٤٣ -علي حليل شقرة: الإعلام الجديد؛ شبكات التواصل الاجتماعي (الاردن، عمان: دار الامامة للنشر والتوريع)،
 ص٥١٠.

والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم ".

كـما تعرفـه موسـوعة الويـب المعروفـة باسـم وبيوبديـا بإنـه: «العديـد مـن الأشـكال المسـتحدثة مـن نظـم الاتصـال الإلكـتروني التـي أصبحـت ممكنـة بفضـلي الكمبيوتـر» ث.

أما كلية شريدان التكنولوجية تعرفه «بأنه كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي» أنا .

يضاف أيضًا أن الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليدًا لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر، ظاهرة تفجر المعلومات وظاهرة الاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات بعد، وهو يعتمد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات ...

نستنتج من التعريفات المتباينة؛ أن الإعلام الإلكتروني؛ يتميز أيضًا بأنه إعلام متعدد الوسائط، حيث يتم عرض المعلومات في شكل مزيج من النص، الصورة والفيديو، مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرًا، وهذه المعلومات هي معلومات رقمية؛ يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها بشكل إلكتروني، كما يتميز أيضًا بتنوع وسائله وسهولة استخدامها ودمجها مع بعضها القديمة والمستحدثة في مكان واحد على منصة الكمبيوتر وشبكاته، وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث، بما يسمح للفرد العادي من إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، بطريقة واسعة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل؛ وفقًا للنموذج الاتصالي التكنولوجيا الرقمية وصالات التفاعلية والتشعبية

٤٤ حسنين شفيق:سيكولوحية الإعلام الجديد؛ماذا فعلت الإنترئيت والشبكات الاحتماعية في الناس؟ (مصر:دار فكسر وفين للنشر والتوزيع)،ص١٣١.

٤٥ ياس حفر البياق الإعلام الجديد؛ الدولة الافتراصية الجديدة (الاردن دار البداية، ناشرون وموزعون، ط ١٠٠١٤)، ص ٣١٤.

٤٦ - ياس خضر البياتي:مرجع سابق،ص٣١٥.

٤٧ حسنين شفيق:الإعلام التفاعلي وما بعد التفاعلية،ص٢٠.

٤٨ -المرجع نفسه،ص٣٠.

٤٩ -بسيوني عبد الحميد:الوسائط المتعددة (القاهرة:دار النشر للجامعات،ط١٠٢٠٠٤)ص٣٦.

وتطبيقات الواقع الافتراضي وتعددية الوسائط وتحقيقه لميزات الفردية والتخصص وتجاوزه للعدود. ٥

الإعلام الإلكتروني حسب ما ورد من مداخل وتعريفات يمكن التعبير عنه كما يلى:

- ١- بثه ليس أحاديًا وتلقيا إجباريًا، مثل ما كانت تتميز به النظم الإعلامية القدية، ولكنه تفاعل يختار فيه الناس احتياجاتهم في الوقت ذاته ويشاركونه.
- ٢- الأسس التي يقوم عليها هذا الإعلام تختلف عما سبق وهي تشمل: الرقمية، التفاعلية،
 التشعبية، الفردانية، التخصيص، الجماهيرية وتزاوج الوسائط والتكنولوجيات.
- ٣- أحدث طفرة اتصالية في الوسائل الإعلامية القائهة تكنولوجيا وتطبيقيًا كما هنالك مستحدثات إعلامية غير مسبوقة؛ تأخذ مكانها الآن وقد جاءت بتطبيقات وخصائص جديدة، وحلت وسائل الإعلام الرقمية؛ حسب الطلب مكان وسائل الاتصال الجماهيري'°.

٥٠ حسينين شفيق: الإعلام التفاعلي وما بعد التفاعلية،ص ١٣١،١٣٢.

٥١ -سعد بن محارب المحارب:الإعلام الجديد في السعودية (الكويت: جداول،ط ١٠٢١١)،ص٦٢.

هناك ثلاثة عوامل رئيسية أدت إلى انتشار وظهور الإعلام الإلكتروني وهي:

- ا- العامل التقني المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر: إن اندماج تجهيزات الكمبيوتر، برمجياته وتكنولوجيا الاتصالات -ولا سيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية-، قد اندمجت في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت- شبكة الشبكات الإنترنيت التي تشكل حاليًّا وسيطًّا يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى، المطبوعة، المسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية، وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجيا على جميع قنوات الإعلام صحافة، إذاعة، تلفاز كما انعكس على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية، موزعها ومتلقيها، فقد انكمش العالم مكانًا وزمانًا وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي وبين الحاضر والغائب وبين الواقع الخيالي أن تسقط العاجز بين الواقعي والوهمي وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات.
- ب- العامل السياسي: يتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام؛ من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى، وقد تداخلت هذه العوامل التقنية، الاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقة ؛ جاعلة من الإعلام الإلكتروني قضية شائكة جدًا أو ساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية.
- ج العامل الاقتصادي المتمثل في عولمة الاقتصاد: تفرض العولمة الاقتصادية، إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات، وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسمًا مشتركًا يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها -المعلومات -سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاظم أهميتها يومًا بعد يوم ومعنى آخر، إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزاعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلم صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفازية من جانب آخر. "

٥٢ - عيسى المسافين: المعلومات وصناعة النشر (دمشق :دار الفكر،ط١٠٢٠٠١)، ص ص ١٩٣-١٩٣.

المطلب الثالث: أشكال الإعلام الإلكتروني

يتبين من التعريفات الواردة؛ إن هناك أشكال متعددة من الإعلام الإلكتروني؛ وكلها مرتبطة بشكل مباشر بمخرجات الإنترنيت؛ التي تعد أهم مخرج لهذه الأشكال، ومنه نستنتج مجموعة من الأنهاط الإعلامية المرتبطة كلها بالتزاوج الإلكتروني بين الشكل الصحفي التقليدي والوسائط الملتميديا التي ساهمت في تطوير نشاط الإعلام الإلكتروني؛ ونوعت من أشكاله، وساهمت في فتح المجال أمام المشاركة التفاعلية التي قولبت الهيكل التقليدي لمسار الرسالة والمحتوى الإعلامي، على غرار:

- المواقع الإعلامية على شبكة الانترنيت .
- الصحافة الإلكترونية؛ خدمات النشر الصحفي عبر مواقع الويب.
- الإذاعـة الإلكترونيـة؛ والتلفزيـون الإلكـتروني، خدمـات البـث الحـي للإذاعـات والقنـوات التلفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة، ومن خلال حزم البـث الإذاعي والتلفزيوني والتلفزيوني والتي تحملها الشبكة إلى المتلقـي مباشرة وإلى مختلـف المواقع.
 - خدمات الأرشيف الإلكتروني.
 - الإعلانات الإلكترونية؛ خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف المواقع الإلكترونية .
 - خدمات إعلامية إلكترونية متنوعة- تواصلية ؛ معرفية وترفيهية- .
 - المدونات.
 - خدمات البث عبر الهاتف الذي التي تزداد تطورًا في إدائها "٠.

نلاحظ أن تتطور التكنولوجيا الحديثة يستند على تجديد التطبيقات الذكية التي تتيح للفرد استغلال المعلومة على نطاق أوسع، وهو مايضع الإعلام التقليدي في خانة التباطيء الإعلامي، لأن الوسائط الإلكترونية الجديدة تمتاز بالذكاء، وتساعد على الإنتاج الذاتي للمعلومة، فأتاحت هذه الوسائط-الإلكترونية الذكية- للأفراد المساهمة

٥٣ بحيت السيد: الإنترنيت وسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلامية ؛ الصحفية؛ التعليمية ؛ القانونية (الإمارات العربية المتحدة؛ العين: دار الكتاب الجامعي، ط١٢٠٠٤)، ص٥٦.

في تداول المعلومات بشكل أكبر وبسرعة لا تضاهيها الوسائط الإعلامية- التقليدية-، واستغلال ردود الأفعال لتوليد معلومات جديدة تغذي الرجعية الإعلامية الإلكترونية، فهي تجسد التفاعلية والجماهير النشطة التي تحركها المعلومات التي تحس واقعها.

المطلب الرابع: تقسيمات الإعلام الإلكتروني

- ١- الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنيت وتطبيقاتها، وهو جديد كلي بصفات وميزات غير مسبوقة، وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من تطبيقات لا حصر لها.
- ٢- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة عا في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف، وهـو ينمـو بسرعـة وتنشـأ منـه أنـواع جديـدة مـن التطبيقـات على الأدوات المحمولـة المختلفـة ومنهـا أجهزة الهاتـف الذكيـة والمساعدات الرقميـة الشخصية وغيرهـا.
- ٣- الإعلام الجديد القائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت
 إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.
- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع بوسائل، إما شبكيًا أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الأسطوانات الضوئية، وما يشبهها ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها.

⁰٤ حسنين شفيق: الإعلام التفاعلي وما بعد التفاعلية، ص ١٣٢-١٣٣.

المبحث الثاني: خصائص الإعلام الإلكتروني

نستنتج أن الإعلام الإلكتروني أحدث ثورة رقمية غيرت منظور الإعلام القديم إلى تفاعلي، ونقلته من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي، الذي يعتمد على شبكة الإنترنيت والوسائط المتعددة في إنتاج الملواد الإعلامية، ونزعت عنه صفة الاحتكار من طرف جهات مركزية، وحولته إلى اتصال أفقي تفاعلي، أين أتاح للمتلقي التحكم في الرسالة والتفاعل معها أكثر، من خلال فتح للشاركة في إنتاج المضامين الإعلامية ؛ وتشكيل فضاء إعلامي أكثر انفتاحًا وتفاعلًا وأقل تكلفة، وساهم الإعلام التفاعلي في تفتيت الجمهور بحيث يمكن توجيه نفس الرسالة لكل فرد من أفراد الجمهور على حدة، مهما تعدد المتلقون، ليتلقاها كل منهم في الوقت المناسب له، وبذلك أسقط عنص الزمن وأصبح اتصال لا تزامني.

يتميز الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي مجموعة من السمات، والتي مكن تقسيمها إلى سمات إعلامية وأخرى تقنية وثالثة ثقافية:

أ- السمات الإعلامية للإعلام الإلكتروني:

وتتمثل في السمات التي طرأت على عملية الاتصال؛ والعلاقة بين المرسل والمسقبل، والرسالة الإعلامية: وهي

١- المشاركة النشطة للمستهلك: وفقًا «لهارى جينكناز» (Henry Jenkins) فإن المشاركة النشطة للمستهلكين مع وسائل الإعالام ضرورية؛ حتى يوجد التقارب بين وسائل الإعالام، ويؤكد جينكز إن توزيع المحتوى الإعلامي عبر مختلف وسائل الإعالام؛ وتنافس اقتصاديات الإعالام والحدود الوطنية يعتمد بشدة على المشاركة النشطة للمستهلكين، وفي عصر الفورية نجد الآن هجرة المحتوى والملكية الفكرية عبر أشكال وسائل الإعالام، منها يجبر منتجي وسائل الإعالام بأن يكونوا على وعني وأن يتعاونوا منع بعضهم البعض، حيث نبرى تجزيء التلفزيون وضبابية الحدود الفاصلة بين منتجي الرسالة ومستلموها، كما في ظهور المواطن الصحفي، وكيف يتحول المشاهدين إلى مستخدمين والمستهلكين إلى منتجين، وأصبحت الشاشات

التي نشاهدها بالغة الصغر؛ ومحمولة كما حلت المجموعات الصغيرة والأسواق المتخصصة محل الجمهور الجماعي القديم[∞]،

7- التقارب أو التلاحم الإعلامي: أصبحت وسائل الإعلام التقليدية امتداد للوسائل التقليدية ما أدى إلى التقارب المفاهيمي الثقافي للاستخدام، فالتقارب يعني أن وسائل الإعلام سابقًا كانت أشكال منفصلة والآن تتقارب كلا منها سواءً على مستوى الإنتاج أو الاستهلاك: ويشير مفهوم التقارب بين وسائل الإعلام إلى الالتقاء والتراوج بين عدد من وسائل الاتصال في شكل إلكتروني رقمي، وهو ما حدث عبر الإنترنيت إذ أصبح بإمكان المحطات الإذاعية والتلفزيونية تقديم المعلومات النصية، عبر مواقعها الإلكترونية وفي المقابل تقديم المحواد الصوتية ولقطات الفيديو المباشرة من خلال مواقعها الإلكترونية ألى المحواد الصوتية ولقطات الفيديو المباشرة من خلال مواقعها الإلكترونية أصغير واخب فورخيص وأسهل في الاستخدام ومتعددة الوظائف؛ تسطيع اليوم العديد من وسائل الإعلام إن تقدم حقيبة الظهر خفيفة الوزن بأجهزة ذات احترافية عالية لمحترف الإنتاج الفردي؛ إضافة إلى أنه ليس من الصعب على احترافية عالية لمحترف في أحد مجالات الإعلام أن يتعلم مهارات متلاحمة " بناءً عليه فإن استخدام المزايا الموجودة لدى فريق الاخبار وأعدادهم لمسؤليات جديدة في العصر المتحدام المزايا الموجودة لدى فريق الاخبار وأعدادهم لمسؤليات جديدة في العصر المرقمة عيدة والقائل الإعلام التكاليف الإنتاج؛ فالآن أصبحت وسائل الإعلام المتكالية الإنتاج؛ فالآن أصبحت وسائل الإعلام التكاليف الإنتاج؛ فالآن أصبحت وسائل الإعلام الموسودة لدى فريق الاخبار وأعدادهم لمسؤليات وسائل الإعلام الرقمة عيدة لتقليل التكاليف الإنتاج؛ فالآن أصبحت وسائل الإعلام الرقمة ويدة لدى فريق الاخبار وأعدادهم لمسؤليات وسائل الإعلام المراب الموحودة لدى فريق الإنباء فالآن أصبحت وسائل الإعلام المراب الموحودة لدى فريق الاخبار وأعدادهم لمسؤليات وسائل الإعلام المرابع المرابع الموحودة لدى فريق الاخبار وأعدادهم لمسؤليات وسائل الإعلام التكاليف الإنتاج؛ فالآن أصبحت وسائل الإعلام المرابع الموحودة لدى فرية المرابع الموحودة لدى فرية الموحودة لدى فيفة الموحودة لدى فرية الموحودة لدى فرية الموحودة لدى فرية الموحودة الموطود الموحودة لدى فرية الموحودة الموحودة لدى فرية الم

^{00 *} الثقافات الإعلامية المعاصرة والتي أطلق عليها هنري جينكز بالثقافة التشاركية تشير إلى أن أنهاط استهلاك وسائل الإعلام قد تغيرت بشكل حذري بفضل هذه التقنيات الحديدة، فالمواطنون أصبحوا الآن قادرون على أرشفة وملائهة وتغيير المحتوى الإعلامي بصورة لم يكن من الممكن التفكير فيها من قبل، لقد وقر الإعلام الحديد والتطور التكنولوجي فرص وصول وسائل الإعلام للمستهلكيز بكثرة، كما أدى ذلك إلى زيادة خبرة المستهلك في التعامل معها، وبالرغم من توفر النصوص والصوت والفيديو والصور بشكل عالمي منذ عدة عقود مضت عبر التلفزيون والراديو ؛ إلا أن هذه النماذج الإعلامية الحديدة من الإنتربيت وبرامج الموبايل واسعة النطاق؛ قد دمحت النص، الصوت والفيديو في عروض موحدة ومكنت أفراد الجمهور من تغيير لمحتوى؛ وقعًا لتفصيلاتهم الشحصية بطريقة لا توفرها وسائل الإعلام الإذاعية. عبد المحسن حامد أحمد عقيله: الإعلام الحديد وعصر التدفق الإحباري (مصر؛ المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط١٠٠٥، ١٠٥٠.

٥٦ -مرجع نفسه، ص٥٣.

٥٧ -أمين،رضا عبد الواجد:الإعلام الجديد (مصر:دار الفجر للنشر والتوزيع،ط١٠٢٠١٥)،ص٩٥٠.

3- استمرار عملية الإنتاج: استمرار عملية الإنتاج بواسطة الجمهور، فدرجة التفاعلية العالية تشير إلى وجود مستوى عالي من الاهتمام والمشاركة لدى الجمهور، لذلك فالمحتوى الذي يتم إنشاؤه عن طريق فريق الإنتاج لا ينتهي في لحظته، فبمجرد نشره عن طريق وسائل الإعلام، يأخذ أعضاء الجمهور الموضوع؛ وتستمر عملية الإنتاج من خلال التفاعل مع الآخرين، بدءًا من المنشأ الأصني حتى أفراد آخرين لديهم اهتمام بالموضوع، فتعليقات وملاحظات الجمهور التي ينشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد ينتهي بها المطاف إلى أن تبث على الهواء في برامج تفاعلية فعلية عبر وسائل الإعلام التقليدية "، وانعكس ارتبط أن تبث على الهواء في برامج تفاعلية فعلية عبر وسائل الإعلام التقليدية "، وانعكس ارتبط أو الإعلام الجماهيري بقدرة الجمهور على الإنتاج وتوزيع هذه المنتجات؛ حيث تزود الإنترنيت وتقنياتها الأفراد اليوم بالقدرة والإمكانية لفعل هذا عن طريق معظم المواقع والشبكات؛ فأصبح الأفراد قادرين على نشر ومشاركة المعلومات بشكل عالمي بمساعدة وبسهولة النشر التي توفرها هذه المواقع؛ والتي تتزامن مع اتفاقيات نشر الملفات التي يسرت عملية إقامة اتصال فوري وحقيقي بين فرد وآخر.".

٥- التفاعلية: هناك من يعرف الإعلام الإلكتروني بأنه تقنيات الاتصال، التي أتاحت أو يسرت التفعالية بين المستخدمين أو بين المستخدمين والمعلومات ومع ذلك تخطىء العديد من شركات وسائل الإعلام في ظن نفسها تفاعلية، بمجرد عملها في الإنترنيت، فالتفاعلية كما عرفها «جوناثان ستيور» (Steure Jonathan)

٥٨ -عبد المحسن حامد احمد عقيلة:مرجع سابق،ص٥٥.

٥٩ بدر احمد الإعلام الدولي؛ دراسات في الاتصال والدعاية الدولية (مصر؛ القاهرة: مطبعة مدبولي، ط١٠٠٢)، ص١٧.

٦٠ - عبد المحسن حامد أحمد عقيلة:مرجع سابق،ص٥٧.

في جورنال الاتصالات: بأنها المدى الذي يمكن فيه للمستقبلين بأن يشاركوا في تعديل شكل المحتوى في بيئة العمل في الوقت الحقيقي، وهذا يبدو بعيدًا جدًا عن مجرد ترك المستخدم يقرأ وسيلة إعلامية جماهيرية كالصحيفة أو المجلات أو المحتوى الإذاعي المرفوع على شبكة الإنترنيت، ففي السنوات القادمة سيستقبل أكثر مستهلكي الوسيلة الجديدة المعلومات بكم اختيارات لا تعد ولا تحصى من المذيعين والناشرين، فالوسيلة الجديدة لا تخدم فقط الاتصال من فرد لفرد، أو اتصال فرد لمجموعة فقط، بل أيضًا اتصال مجموعة أفراد بأخرى، لذا فالنشر أو حتى المذيعين الذين لم يستفيدوا إستفادة تامة من الوسيط الجديد من المحتمل أن يتخلفوا في القرن الجديد".

يرتبط مفهوم التفاعلية بتقنيات الاتصال الجديدة خاصة الإنترنيت؛ وتعني قدرًا من ردود فعل المتلقي، كما أنها تعد سمة أساسية من سمات محتوى وسائل الإعلام على الإنترنيت ففي ويب (١,٠) كانت لروابط التفاعلية في مواقع وسائل الإعلام تأخذ الجمهور إلى أجزاء أخرى من نفس الموقع، أو حتى موقع مستضاف في بلد آخر، وذلك من أجل معلومات إضافية ذات صلة، وكان بإستطاعة الجمهور مراسلة المنتج أو المراسل عبر البريد الإلكتروني أو عن طريق التعليقات، وتحدث التفاعلية عندما يشارك الجمهور في إنتاج محتوى وسائل الإعلام، وذلك من خلال التعديل المباشر والتغذية الرجعية أو حتى من خلال خلق المحتوى اللصلى ٣٠.

يصف الباحثون ستة أبعاد للتفاعلية في هذه التقنيات الحديثة:

١- تشابك الخيارات المتاحة: وهذا يعني كمية وتنوع الخيارات أمام المستخدم، وتشير أيضا إلى الانتقائية.

٢- الجهد الذي يجب أن يبذله المستخدم للوصول للمعلومات.

٣- الاستجابة : درجة نشاط الوسيلة في الاستجابة للمستخدمين.

٦١ -رضا أمين:مرجع سابق،ص٩٠.

٦٢ - ياس خضر البياتي:مرجع سابق،ص٣٣٧.

- ٥- مراقبة استخدام المعلومات: تعنى كيف يحكن رصد اختيار المعلومات من خلال المستخدمين.
- ٥- سهولة إضافة المعلومات: يعني الدرجة التي يحكن للمستخدمين إضافة معلومات
 يحكن الوصول إليها عن طريق الجمهور بتكتلاته المختلفة، وهوما بات يُعرف بالمحتوى
 الذي ينشأ بواسطة المستخدم.
- ٦- تيسير الاتصال بين الأفراد الذي يحدث بواسطة شكلين على الأقل: الاتصال غير المتزامن وذلك بالسماح للمستخدمين للرد على الرسائل حسب ما يناسبهم والاتصال المتزامن، وذلك بالسماح للمستخدمين بالمشاركة المتزامنة.
- التزامنية: يشير التزامن الى قدرة الموقع في تزويد المستخدمين بالتغذية الرجعية في الوقت الفعلي وتتضمن التزامنية أيضًا الاستجابة السريعة والسرعة التي يتم فيها معالجة الرسائل والمعاملات، وتعرف التزامنية بتفاعلية الالة، وبالوقت الفعلى للتفاعل.
- اللاتزامنية؛ تسمح اللاتزامنية بإرسال واستقبال الرسائل والمواد في وقت يناسب المستخدم الفرد؛ حيث لا تتطلب استخدام المشاركون للنظام في نفس الوقت، فعلى سبيل المثال: يمكن للجمهور استقبال رسائلهم الإلكترونية من مكاتبهم أو منازلهم متى أرادوا، وذلك بمجرد استخدامهم للأجهزة المرتبطة بالفضاء الإنترناتي".
- تحكم المستخدم يمثل هذا المفهوم: المدى الذي يمكن للمستخدم اختيار التوقيت والمحتوى، وتسلسل عملية الاتصال فمن المتفق عليه بوجه عام، أنه موقع تفاعلي ينبغي أن يتيح للزوار التحكم في تدفق المعلومات، وذلك من خلال تحديد المعلومات التي يراها المستخدم، وكيف يمكن تقديم هذه المعلومات، فالمزيد من السيطرة التي يمارسها المستخدم على الاختيار وتقديم المحتوى؛ تعني المزيد من ممارسة التفاعلية. ويعد تحكم المستخدم كنتيجة لمستويات التفاعلية العالية أكثر من كونها عنصر للتفاعلية فعند التعرض لموقع على التفاعلية، يمكن للزوار سهولة انتقاء المعلومات وبوضوح أكبر، فالقدرة على التصفح ترتبط ارتباطًا وثيقا بتحكم

٦٣ -رضا امين:مرجع سابق،ص٩١.

المستخدم، وتعرف القدرة على التصفح بالمدى الذي يتيح فيه الموقع للمستخدمين سهولة الحصول على المعلومات؛ والوصول إلى أجزاء أخرى من الموقع؛ وبالتالي توفير التبادل غير المقيد، كما يعني سرعة وفعالية قدرة المستخدم في تصفح الموقع؛ لإيجاد المعلومات التي يبحث عنها، وهذا المفهوم مرتبط بكلا من تحكم المستخدم وسرعة تبادل المعلومات.

- ٨- التخصيص: هـذا المفهوم يعكس الدرجة التي تصمم فيها المعلومات؛ لتقابل احتياجات المستخدم الفريدة للمعلومات، واستلامه للمحتوى بصيغة رقمية.
- 9- الشمول والتنوع: وفر الإعلام الإلكتروني للمتلقي اختيارات أكبر، وتحكم أكثر في المضامين الإعلامية التي يريدها؛ فالتنوع في عناصر العملية الاتصالية، وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال؛ بما يتفق مع حاجاته ودافعه للاتصال، وهذا التنوع أدى إلى ظهور- نظام الوكالة الإعلامية الذكية والوكيل الإعلامي الذي يقوم ببنائه على برامج خاصة ؛ من خلال مسح كافة الوسائل الإعلامية والمواقع بحثًا عن المواد الإعلامية التي يختارها المتلقي وتقديمها في خدمة واحدة يتم عرضها في الوقت الذي يختاره والمكان الذي يتواجد فيه ويلبي حاجاته المتعددة والمتجددة. ٥٠

ب- السمات التقنية للإعلام الإلكتروني:

ترجع الطبيعة الرقمية للإعلام الإلكتروني التي حددها «فين كرسبي» (Vin Crosbie) إلى أربعة سمات للتفرقة بين الإعلام الجديد؛ وما سبقه من وسائل إعلام، ويمكن لهذه السمات الأساسية أن تحوي إية سمات أخرى للإعلام الجديد؛ وبالرغم من أن هذه السمات الأربع متميزة ، إلا أنه لا يمكن لسمة بمفردها أن تعبر عن الإعلام الإلكتروني أو أن تنشأ من الأساس، فهذه السمات ذات علاقة طبقية بمعنى- تبنى السمة الثانية على السمة الأولى والثالثة على الثانية - والتفاعلات المتعاقبة الناتجة عن هذه السمات من الثورة المعلوماتية ".

٦٤ --ياس حضر البياتي:مرجع سابق،ص ٣٣٨.

٦٥ -على عبد الفتاح كنعان:الإعلام الإلكتروني (الاردن؛عمان:دارالايام للنشر والتوزيع،ط١،٢٠١٤)،ص١٤.

٦٦ - ياس خضر البياتي،مرجع سابق،ص٣٣٥.

- ا- البتات بدلًا من الـذرات: ويقصد به أن المعلومات وخدمات المستهلك المستدية؛ الآن وفي المستقبل سيتم توصيلها على نحو متزايد في صيغة البتات الإلكترونية، وليس على هيئة ذرات فيزيائية، فالكلـمات، الصور، الاصوات، البرامج، البايانات وخدمات المستهلك الأخرى؛ سيتم توزيعها إلكترونيًا بـدلًا من الأشـكال التقليدية، كالـورق، الأقـراص المرنة، الصناديـق والمـواد الطبيعية الأخـرى.
- قابلية المخاطبة الرقمية: أفكار المخاطبة الرقمية والإرسال الرقمي للمعلومات؛ هي مفاهيم احتاجت للتطورعبر الزمن؛ ولكن الحتمية التكنولوجية سمحت بالمنزج بين المخاطبة والإرسال الرقمي، حيث يتيح هذا المنزج توصيل المعلومات، الخدمات بشكل فوري وبشكل رصين، بوضوح وبشكل عملي لكل شخص، فالمخاطبة الرقمية مخصصة حسب حاجات الفرد؛ فالحاسبات يمكنها أن تكتسب، تصنف، تجمع، تسلم المعلومات والخدمات المماثلة بطرق عديدة بقدر ما هناك من جمهور، حيث يمكن تخصيص المعلومات والخدمات والخدمات التي تلائم كل فرد، وبشكل تاني، ويعد تخصيص المعلومات والخدمات أمرًا هامًا، حيث يرخي حاجة الانسان الكامنة، وعلى نطاق عالمي أفضل من الوسيلة الجماهيرية، فكل شخص لديه حاجات واهتمامات فردية إلى جانب اهتمامات عامة ؛ فكل منا لديه مزيج فريد من العام والخاص ونبحث عن أفضل ما يشخص إلى جهاز الكتروني ثم إلى جهاز الكتروني ثم إلى شخص إلى شخص الى جهاز الكتروني ثم إلى شخص الى مهاز الكتروني مرتبط بالانترنيت، يملك العنوان الرقمي المتفرد والخاص به ".
- ٣- انتقال وحدة التحكم نحو المستهلكين: كل تطور في وسائل الإعلام ينقل السيطرة من إيدي أولئك الأشخاص الذين يديرون وسائل الإعلام إلى أيدي من يستخدم هذه الوسائل، فمن الحقائق التاريخية أن أي تطور في تكنولوجيا وسائل الإعلام؛ ينقل التحكم بعيدًا من الفرد إلى الكثرة، وفي هذه الأيام أدى الانتشار الحديث

٦٧ -المرجع نفسه،ص ٣٤٠.

٦٨ -سعود صالح كاتب:مرجع سابق،ص٦.

للتقنيات الرقمية إلى نقل السيطرة؛ بشكل مفاجىء إلى أيدي المستهلكين أكثر من أي وقت مضى، لتنتهى قرون من السيطرة أحادية الجانب من طرف ناشرى وسائل الإعلام".

3- انتصار الأنظمة المستقلة المفتوحة على الأنظمة المغلقة الملكية: هذه السمة تعدسمة أساسية في التغيير؛ وإضافة إلى السمات السابقة للوسيلة الجديدة، حيث نجد أن الإنترنيت عشل نظام مفتوح ومستقل لا أحد علكه أو يحكمه، فاتفاقيات الاتصالات الخاصة بالإنترنيت عامة ومفتوحة تسمح للمستهلكين للحصول على المعلومات التي يحتاجونها.

ج- السمات الثقافية للإعلام الإلكتروني:

- مبتكرا: ويحمل التغيير التكنولوجي المستمر والعميق، ووسائل الإعلام الإلكترونية تبنت وعدلت في الثقافة بنسب مثيرة حتى أصبحت الاتصالات قيز الثورات السابقة، فالتحول من الشفهية إلى معرفة القراءة والكتابة ، وظهور الثقافة المطبوعة، وأيضًا بزوغ وسائل الإعلام الجماهيرية الحديثة، في أواخر القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين، كل هذا قدم امثلة مهمة غيرت في طريقة توصيل الأفكار. ويتميز عصر الإعلام الإلكتروني بالتغير التكنولوجي الذي أدى إلى انفجار التقنيات الجديدة ".
- 7- متقارب: يتشكل من أعلى لأسفل عن طريق قرارات التكتلات الإعلامية الضغمة، والتي تسيطر على الموضوعات والاهتمامات الخاصة بأفراد الجمهور من خلال أنظمة إعلامية، وتتمتع بالقوة التي تكفل توزيع محتواها عالميًا فهم من مطحتهم الاقتصادية نقل أي محتوى إعلامي ناجح؛ من نظام لآخر، وذلك من أجل رفع وتوسيع إمكانية السوق- وفي الوقت نفسه يتشكل التقارب من أسفل لأعلى بواسطة الرغبات القوية التشاركية للمستهلكين ؛ الذين يريدون مزيدًا من

٦٩ - بسمة احمد البطريق:مرجع سابق،ص١٩٠.

۷۰ - خالد وليد محمود:مرجع سابق،ص٦٧.

٧١ - رضًا عبد الواحد أمين:الصحافة الإلكترونية،،ص٦٩.

قدرة التحكم، وتشكيل تدفق لأجهزة الإعلام في حياتهم ؛ فهم يريدون أجهزة الإعلام في الوقت والمكان وبالكيفية التي يحددونها ٢٠٠٠.

- ٣- جيلي: من الناحية التاريخية، نجد أن العادات الثقافية والتقاليد مرت من جيل إلى آخر، وأنواع النقل قد شكلت بؤرة أولية للمارسات الربوية في هذه المجتمعات التقليدية، ففي القرن العشرين وكنتيجة للتغيرات التكنولوجية والثقافية نجد أن الشباب يتبنى قيم وأساليب ثقافية مختلفة جذريًا وفي أغلب الأحيان تتعارض في الأساس مع جيل آبائهم ٣.
- 3- غير متساو: يبرى البعض أن ثقافة الإعلام الجديد؛ يجب أن توصف بالاختيارية، حيث يحكن للجمهور أن يختار من بين المستويات المختلفة من المشاركة، فتبنى الأدوار والآلات ميسر خاصة لأولئك الذين يملكون الوصول والمهارات المطلوبة للتغيير السريع في المجتمعات الجديدة ' وعلى الجانب الآخريرى البعض أنه من الخطأ وصف هذه الثقافات بالاختيارية؛ وذلك لبعد المشاركة بها حيث تمثل مصدر جديد للقوة؛ الثروة والمعرفة، وتمثل أيضًا موقع جديد للامتياز وعدم المساواة فالمشاركة قد تكون اختيارية لأولئك الذين يملكون المصادر التي تجعلهم في المركز الأول، لكن مثل هذا الاختيار، لا يمكن أن يمارس من قبل من في المؤخرة، فتوسيع الوصول للفضاء السبيراني له إمكانية تقوية مشاركة قطاعات جديدة من الجمهور '

٧٢ - ياس خضر البياتي:مرجع سابق،ص٣٣٧.

٧٣ -عبد المحسن حامد احمد عقيلة:مرجع سابق،ص٥٩.

٧٤ -على عبد الفتاح كنعان :مرجع سابق، ص١٧.

٧٥ - سعد بن محارب المحارب:مرجع سابق، ص٦٢.

المبحث الثالث: خصائص الإعلام الإلكتروني، وظائفه وإشكالياته المطلب الأول: الاختلافات الرئيسية بين وسائل الإعلام الإلكتروني والقديم

- ١- التمثيل العددي: جميع أشكال الإعلام الإلكتروني؛ ما نشأ منها في أجهزة الكمبيوتر أو ما نتج عن تحول المصادر الإعلامية التناظرية إلى اللغة الرقمية،هي جميعًا عبارة عن تمثيل رقمي؛ بمعنى أن أشكال الإعلام الإلكتروني؛ يمكن وصفها بطريقة رياضية فعلى سبيل المثال: الصورة أو الشكل يمكن وصفه باستخدام دالة رياضية، كما أنها تخضع للتغيير الرقمي؛ فبتطبيق خوارزميات مناسبة نستطيع إزالة التشويه من الصورة، تحسين التباين وتحديد حواف الأشكال أو تغيير أبعادها، وبهذا أصحت وسائل الإعلام قابلة للبرمجة ٧٠ وتحديد حواف الأشكال أو تغيير أبعادها، وبهذا أصحت وسائل الإعلام قابلة للبرمجة ١٠٠
- ٢- القابلية للتعديل: تتكون وسائل الإعلام الإلكتروني؛ من عناص مستقلة متنوعة مثلًا
 : وحدات البكسل Pixels والصور، النص، الاصوات، الإطارات والرمز كل هذه العناصر
 عكن تعديلها بشكل مستقل بدون أن تؤثر على الموضوع ككل^{٧٧}.
- ٣ الأقتة أو المكننة: أن برامج الكمبيوتر تقوم بالعمل لنا ؛ فنستطيع إنشاء أو تعديل موضوعات الإعلام الإلكتروني بإستخدام القوالب والمعادلات الرياضية ونختار من بين الصور الموجودة مسبقًا، والرموز والعناصر الأخرى، وهنا يعطي «ليف مانوفيتش» (Lev) نوعين من الأوتوماتيكية وهما:
- ا المستوى الأدنى للأتمتة ؛ ومن أمثلة هذا المستوى: برامج تحرير الصورة، إلى جانب برامج كمبيوتر أخرى تنشأ بشكل أتوماتيكي مؤثرات كتزاحم الجمهور، النار، تساقط الأمطار وغيرها. والعديد من المواقع تنشأ أتوماتيكيًّا صفحات ويب بسرعة فائقة عن طريق نصوص وقوالب جاهزة.
- ٢- المستوى الأعلى للأتمتة: مثل الكاميرا الذكية والتي مجرد أن تعطيها النص تقوم ملاحقة
 الحدث وتشكيل اللقطات، وبعض برامج الكمبيوتر التي تعمل على تجهيز المواد الإعلامية ٢٠.

٧٦ -عبد المحسن حامد أحمد عقيلة:مرجع سابق، ص ٧٦.

٧٧ المطيب عبد الله:الصحافة الإلكترونية المعايير و الصوابط (القاهرة،المكتبة المديثة،ط٥٠٠،١)، ص٣٣

۷۸ - عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات (عمان: دار الشروق، ٢٠٠٨)، ص١٧.

- ٣- قابلية التغيير: تأخذ وسائل الإعلام التقليدية هيئة الأحجار، كما في الكتب أما وسائل الإعلام الإلكتروني، ليست شيء ثابت فهي متغيرة؛ بشكل لا نهائي ويمكن أن تجدها في إصدارات مختلفة، وهذه الخاصية ترجع إلى المبدأ الأول التمثيل العددي- والمبدأ الثاني القابلية للتعديل- فالتغير ما كان ليوجد بدون قابلية التعديل والتخزين الرقمي\.
- 3- التشفير: يهدف المبدأ الخامس والأخير من وجهة نظر ليف مانوفيتش إلى وصف النتيجة الأكبر لحوسبة وسائل الإعلام، فالحوسبة تحول وسائل الإعلام إلى بيانات كمبيوتر، فنشر صورة مثلًا، عملية ذات جانبين: الأول يعود للشق الثقافي الإنساني، والجانب الثاني يعتبر الصورة؛ ملف كمبيوتر يتكون من عنوان مقروء بالميكنة على هيئة إعداد تمثل قيم اللون ودقته، وعلى هذا المستوى في تدخل في حوار مع ملفات كمبيوتر أخرى، وأبعاد هذا الحوار ليس محتوى الصورة أو معانيها، لكن بالأحرى حجم الملف ونوع الملف، ونوع الملف، ونوع المغط المستعمل، وكذلك صبغة الملف، وباختصار فإن هذه الأبعاد يختص بها الكمبيوتر من بداياتها أكثر من الثقافة الانسانية ...

يقدم ليف مانوفيت ش قائمة الفروق الرئيسية بين وسائل الإعلام الإلكتروني ووسائل الإعلام القديم الأب

- ا- وسائل الإعلام الإلكتروني؛ هي وسائل إعلام تناظرية تحولت إلى التمثيل الرقمي على النقيض من وسائل الإعلام التقليدية التي لا تزال تناظرية، ويتكون التمثيل الرقمي من عدد محدود من الوحدات، فالصورة الرقمية الثابتة ؛ مثلًا عبارة عن قالب من وحدات البكسل.
- ٢- تشـــتك جميــع وســـائل الإعـــلام الرقميــة :-مــن نص،صــور ثابتة،مــواد ســمعية
 بصرية،اشــكال ومســـاحات ثلاثيــة الابعــاد- في نفــس الرمـــز الرقمـــي، وهـــذا يســمح

٧٩ -عبد المحسن حامد احمد عقيله: مرجع سابق،ص ٧٧.

٨٠ -عبد الملك ردمان الدناني:الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنيت(القاهرة،:دار الفجر،٢٠٠٣)،ص١٨١.

٨١ - ياس خضر البياتي:مرجع سابق،ص ص٣٥٥-٣٥٨.

- بعرض الانواع المختلفة لوسائل الإعلام، باستخدام الة واحدة حيث عثل اداة عرض متعددة الوسائط.
- ٣- تسمح وسائل الإعلام الإلكتروني، بالوصول العشوائي وذلك على النقيض من الفيلم او شريط الفيديو الذي يسجل البيانات بشكل متسلسل، كما تسهل ادوات تخزين الكمبيوترالوصول المتكافىء لاي عنصر من البيانات وبسرعة فائقة.
- 3- الرقمنة؛ وهي تتضمن حتما فقد للمعلومات؛ لان الترميز الرقمي يحتوي على كمية ثابتة من المعلومات، فتكبير صورة ؛عادة ما يوضح تفاصيل اكثر، فاي صورة رقمية لها مستوى وضوح محدد يحتوي على كمية ثابتة من المعلومات، وبالمقارنة بوسائل الإعلام التناظرية ؛ نجد ان الجودة تتناقص مع كل عملية نسخ جديدة، في حين ان وسائل الإعلام الرقمية عكن ان تنسخ عدد لا نهائي دون اي نقص ذكر في الجودة.
- ٥- وسائل الإعلام الإلكترونية؛ تفاعلية مقارنة بوسائل الإعلام القدية، ذات نظام العرض الثابت؛ فالمستخدم الان يستطيع ان يتفاعل مع وسائل الإعلام، ويختار بين العناصر؛ وايهما يتم عرضه اولا،وهذا بدوره يخلق عمل فريد، فبهذه الطريقة يصبح المستخدم مؤلف ومشارك في العمل.

x+ x+ x

المطلب الثاني: وظائف الإعلام الإلكتروني

حدد «شرام» (Shram) و «لانديل» (Landıl)عددا من وظائف الإعلام داخل المجتمعات؛ وصاغها شرام في ١٤ وظيفة أو مهمة رئيسية أو فرعية لوسائل الإعلام على حسب المجتمع الذي توجد فيه، وهي تتمثل في: مراقبة الناس والتعلم منها، خلق الأجواء المناسبة للتنمية إذ يساعد بصورة غير مباشرة على تغيير الاتجاه، يغذي قنوات الاتصال بين الأشخاص ليدعم الحالة الاجتماعية، توسيع نطاق الحوار السياسي، تقوية المعايير الاجتماعية، تنمية أشكال التذوق الفني والأدبي يؤثر في الاتجاهات الضعيفة ويقويها، يعمل مدرسًا ويساعد في جميع أنواع التعليم، وقد ولد تطور الحاجات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للمجتمعات المختلفة وظائف للإعلام الجديد المعاصر منها أم

- ا- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدًا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه يتم بالاتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسوب أو الشبكات في إطار واقع وهمي أو افتراضي يوسم أطراف الاتصال، حيث لا يتم الاتصال وجهًا لوجه، ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني ومع آخرين يعرف بعضهم البعض ولا تجمعهم سمات خاصة سواء ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته.
- ٢- سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام، حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية، وتنشر الوقائع والأحداث التي تقم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها.
- 7- القدرة على القيام بالتعبئة -تعبئة الراي العام- لتأييد الأفكار التي تنادي بها ومناهضة غيرها من الأفكار بحيث يحكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين، يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الأنترنيت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية المنتشرة فيها، ما يجعلنا نطلق على هذه المواقع «المواقع الرقمية النخبوية» التي تعمل بمعزل عن كل النظم

۸۲ -عبد المالك دمان الدناني:مرجع سابق،ص۱۲.

والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات وبالتالي تسهم في تسميته المشاركة الدعقراطية "^.

- غياب المصادر وتحري المصداقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية التي تسهم في جانبها
 السلبى في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة والتبعية الثقافية.
- ٥- تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأهمها سمة التخزين وسهولة الإتاحة.
- 7- نجد أن هناك توسعًا في استخدام وسائل الإعلام الجديد في التعليم، ففي مجال التعليم عن بعد حققت دول العالم تقدمًا ملموسًا للاستفادة من شبكة الإنترنيت؛ في تقديم الخدمة التعليمية للمستويات التعليمية المختلفة، وانتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن البعد؛ والتعلم من خلال الشبكات والتعليم الافتراضي والفصول الافتراضية، وغيرها التي تشير إلى وظيفة الحواسب والشبكات في التعليم .
- ٧- تجد وظيفة التسويق والإعلان صدى كبيرًا لدى المعلنين، وخصوصًا بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والولوج إليها، وتعتبر هذه الوظيفة بالنسبة لجمه ور المتلقين دليلًا على اتخاذ القرارات الشرائية؛ بجانب أنها تحقق تمويل لهذه المواقع والشركات التي تقدم الخدمات المتعددة سواء كانت مجانية أو مدفوعة.
- ٨- تحقيق وظيفة التسلية والترفيه بعد انتشار برامج المسابقات؛ والألعاب على مواقع شبكة الإنترنيت أو في البرامج الرقمية التي تعد لهذا الغرض ؛ وتناسب فئات مستويات عمرية عديدة ٩٠٠.

٨٣ محمـد الحاسـم :الإعـلام العـربي في عـصر المعلومات(الامـارات العربيـة المتحدة:ابوظبي:مركـز الامـارات للبحـوث والدراسـات الاسـتراتيحية)،ص٧٧

٨٤ -حسن عماد مكاوي،ليلى حسن السيد:مرجع سابق،ص٣٨.

٨٥ -عبد الجواد سعيد:ادارة المؤسسة الصحفية (القاهرة:دار الفجر للنشر والتوزيع،ط٦٠٢٠٦)، ص٢٣.

المطلب الثالث: الإشكاليات التي تواجه انتشار الإعلام الإلكتروني.

- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة ومصداقية العديد من البيانات والمعلومات؛
 التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
- ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية، الاجتماعية والثقافية
 للمجتمعات .
 - ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف،التطرف والارهاب .
- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي
 لها، فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر .
- تفتيت دائرة التلقي والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول
 والاحتياجات الفردية .
 - انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية .
 - أرتكاب جرائم إلكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.

ж ж ж

۸٦ مروى عصام صلح الإعلام الإلكتروني ؛الأسس وأفاق المستقبل (الأردن؛عهان: دار الإعصار العلمي لنشروالتوزيع، ط1،۲۰۱۵)، ص ص١٥٦٠.

المبحث الرابع: شبكات التواصل الاجتماعي المفهوم والانتشار

يرجع مفهوم الشبكات الاجتماعية إلى عالم الاجتماع «جون بارنز» (John Barnes) عام ١٩٥٤ فالشبكات الاجتماعية بشكلها التقليدي تتمثل في نوادي المراسلة العالمية ؛ التي كانت تستخدم في ربط علاقات بين الأفراد من مختلف الدول؛ باستخدام الرسائل الاعيتادية المكتوبة، وأدى ظهور الإنترنيت في انتشار ظاهرة التواصل الاجتماعي وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكاتها التي تسمى وسائل الإعلام الاجتماعية عبر الأنترنيت المبنية على التطبيقات التي تركز على بناء شبكات اجتماعية أو علاقات اجتماعية بين البشر ذوي الاهتمامات أو النشاطات المشتركة، وتعتمد مواقع الإعلام الاجتماعية أو شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على التمثيل، أين يكون لكل مستخدم ملف شخصي وكذلك خدمات متعددة أخرى تسمح للمستخدمين بتبادل القيم؛ الأفكار؛ النشاطات ؛الأحداث والاهتمامات في إطار شبكي افتراضي شخصي، وقد كان أول مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة على شبكة الانترنت، في شكل تجمعات هو موقع (geocities) في العام في شبك التجمعات على ربط لقاءات في سبن الأفراد؛ للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة؛ تشارك المعلومات والأفكار بين الأفراد؛ للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة؛ تشارك المعلومات والأفكار بين الأفراد؛ للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة؛ تشارك المعلومات الويب. "^

ظهر انتشار شبكة (classmates.com) سنة ١٩٩٥م للربط بين زملاء الدراسة، وموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وعرضت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين؛ وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من توفر تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد عليه الشبكات الاجتماعية الحالية ؛ إلا أن تلك المواقع لم تدر أرباحًا على مؤسيسها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في فترة ١٩٩٩-٢٠٠١ تقوم على الثقة والصداقة، وقد شملت التحديات منح المستخدمين سلطة التحكم في المضمون والاتصال. ^

٨٧ عبد الكريم على الدبسي وزهير ياسين الطاهات: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي
 ١لعام لـدى طلبة الحامعات الأردنية (مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية: ١٠١٤ ١٠١ مُجلد ٤٠،٢٠١٣) ص ٧٠
 ٨٨ - ياس خضير البياتي: مرجع سابق، ص ٣٧٦ .

المطلب الأول: مفهوم الشبكات الاجتماعية

بلغت خلال الفترة ما بين ٢٠٠٢ و٢٠٠٤ شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاثة مواقع اجتماعية تواصلية، فكان أولها موقع (friend) وster عام ٢٠٠٣م، ثم تلاه موقع (myspace) الأكثر شعبية من بينها، كما برز موقع (book الذي أنشأئه مارك زوكربيرغ markzuckerberg عام ٢٠٠٤ ليجمع زملاءه في جامعة هارفرد الأمريكية، وأصبح بسرعة أهم هذه المواقع الاجتماعية لا سيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة الامريكية وهكذا بدأ الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي. ^^

ازداد الاهتمام الأكاديمي بقضايا الشبكات الاجتماعية والمجتمع الافتراضي؛ منذ أن شكلت الإنترنيت الفضاء المعلوماتي المفتوح وساهمت في تأسيس الجماعات الايقونية الافتراضية ويرجع المفهوم -الافتراضي- إلى «هاواردرينجولد» (Rhngold) في كتابه المجتمع الافتراضي (community virtual) والذي عرف المجتمع الافتراضي :علي أنه تجمعات اجتماعية؛ تشكلت من أماكن متفرقة في أنحاء العالم، يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني؛ يتبادلون المعارف فيما بينهم ويكوّنون صداقات؛ يجمع بين هـؤلاء الأفراد اهتمام مشترك، ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات ولكن ليس عن قرب. وتم هذه التفاعلات عن طريق آلية اتصالية هي الإنترنت التي ساهمت بدورها في حركات التشكل الافتراضية ".

٨٩ -على خليل شقرة :مرجع سابق،ص ٥٨ .

٩٠ -جوست فان لورن:مرجع سابق،ص١٥٢.

عرّف «السون »(Ellson) و «بويد» (Boyd) الشبكات الاجتماعية علي أنها « مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة؛ وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر» " ولقد عرّفت الشبكات الاجتماعية على أنها « مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب (weby) تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبة انتماء (بلد - مدرسة - جامعة - شركة ...) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الإطلاع علي الملفات الشخصية ؛ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع أو أصدقاء عرفتهم من خلال السياقات الافتراضية وأوجز «سويت» (Swite) (٢٠٠٩) مفهوم الشبكات الاجتماعية في أنها منظمة عصرانية غيرت في أسلوب الحياة من حيث الأسلوب والإدارة والممارسة ".

إن التفاعلات الافتراضية تتم علي خلفية السياق العالمي؛ وتتبلور متغيراتها على الصعيد المحلي؛ وذلك عبر عدة متغيرات عكن الوقوف عليها في النواحي التالية":

المتغيرات الاجتماعية: تتلخص المتغيرات الاجتماعية للشبكات في محورين يتمثل المحور
الأول في تكوين الصداقات؛ بينما يتمثل المحور الثاني في عضوية الجماعات، ويمكن
طرحهما من خلال السياق التالي:

ا-تكويـن الصداقـات: سـهلت الشـبكات الاجتماعيـة مـن تكويـن الصداقـات؛ حيـث تجمـع الشـبكات بـبن الصداقـات الواقعيـة والصداقـات الافتراضيـة ؛ والفرضيـة الأساسـية التـي تتواكـب مـع تكويـن الصداقـات هـى مشـاركة الاهتمامـات؛ فلقـد نجحـت الشـبكات

٩١ عبد الله محمود مبارك الرعود:دور شبكات التواصل الاحتماعي في التغيير السياسي في تونس من وحهة نظر الصحفيين الاردبين،رسالة ماجستر (غير منشورة)كلية الإعلام،جامعة الشرق الاوسط،الاردن،٢٠١١ /٢٠١٠م. ٣٥.

٩٢ ليلي احمد حرار الفيسبوك والشباب العربي(الكويت:مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع،ط١٠٢٠١٢)،ص١١٩.

٩٣ عامر، فنحي حسين وسائل الاتصال الحديثة من الحريدة الى الفيسبوك (القاهرة: المركزالعربي للنشر و التوزيع، ٢٠١١)، ص ص١٨٨-١٨٨.

الاجتماعية في الجمع بين أصحاب الاهتمامات عبر الفضاء المعلوماتي، وإمكانية تفعيل هذه الصداقات واردة، ومكن تبلورها في تأسيس رأس مال اجتماعي، محكن أن يتيح الإمكانية لفرص تتأرجح مداها بين السياق الواقعي والسياق الافتراضي، كما أنها تتيح فرصة للتواصل ليس فقط في إطار السياقات المحلية ولكن علي الصعيد العالمي.

- ب- عضوية الجماعات: سمحت الشبكات الاجتماعية أن تجمع في طياتها الجماعات الاجتماعية ذات الاهتمامات المتجانسة؛ ومن الممكن أن تؤسس هذه الجماعات بين أفراد المجتمع المحلي أو يتم الاشتراك فيها على مستوي الصعيد العالمي.
- 7- المتغيرات السياسية: إن عضوية الأفراد سواء في الجماعات المتشكلة عبر الشبكات الاجتماعية، فتح الباب للممارسة السياسية في الفضاء المعلوماتي؛ فالشأن السياسي أصبح متغير أساسي بالنسبة للشبكات الاجتماعية، إذ أن الشبكات الاجتماعية ساهمت في تأرجح التفاعلات السياسية بين عالمين الأول هو العالم الواقعي؛ والثاني هو العالم الموازي المتمثل في الشبكات الاجتماعية المنتشرة عبر الفضاء الرمزي. أن المردود البارز للشبكات الاجتماعية يتجلي بوضوح في النواحي السياسية ويمكن التدليل علي ذلك في ثلاث محاور يتمثل الأول هو تعبئة الرأي العام، ويتمثل المحور الثاني في ممارسة قضايا المواطنة، والثالث في تفعيل دور المجتمع المدني.
- أ- تعبئة الرأي العام: تلعب الجماعات المنتشرة في الشبكات الاجتماعية دورا فعالا في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا.
- ب- ظهور المواطنة الافتراضية: إن الشبكات الاجتماعية؛ فتحت المجال أمام ممارسة قضايا المواطنة عبر الإنترنت والتي أطلق عليها المواطنة الافتراضية.
- ج- تفعيل دور المجمع المدني: تسهم الشبكات الاجتماعية؛ وتناميها في السياقات العالمية ومردودها المحلي في زيادة تفعيل دورالمجتمع المدني، من خلال تبنيها قواعد في المجتمع المدني، من خلال تبنيها قواعد في المجتمع الافتراضي عبر الشبكات الاجتماعية.

المطلب الثاني: نظريات الشبكات الاجتماعية

أولًا: نظرية البناء الشبكي.

ترى هذه النظرية أن البناء الشبك؛ عثل مجموعة من الحزم الاجتماعية التي تتمثل في الأفراد أو الجماعات أو كيانات مثل: الشركات والمؤسسات؛ ومثل البناء الشبكي الرابط بين الأفراد والمجموعات، وتعتميد على فرضية عيدم التداخيل بين عناص البنياء الشبكي، فالبنياء الشبكي ليس متفاعل كله كما في الفرضيات المرتبطة بالبناء الاجتماعي في التنظير التقليدي، فالتفاعلات المتبادلة التي تتم داخل البنية الشبكية لا يشترط أن تسرى في الكيان الشبكي كله، فالتفاعل الاجتماعي في مستواه الافتراضي يتم بين الأفراد بعضهم البعض أو الجماعات والأفراد؛ وقد يهمل الأفراد أو تهمل الجماعات تفاعلات مع أفراد آخرين داخل الشبكة، وقد يصل الأمر إلى غياب التفاعل لـدي بعـض الأفـراد داخـل الشبكة، ويسـمي هـؤلاء الأفـراد بالسـلبين " ويعتمه البناء الشبكي على دعامتين أساسيتن، تتمثل الدعامة الأولى في قوة الروابط والتي تعنى أن الشبكات الاجتماعية والبناء الشبكي يستمد طاقته التي تسبب انتشار الشبكة على قوة الروابط بين الأفراد أو الجماعات؛ والتي يتمخض عنها متانة البناء والدعامة الثانية تتمثل في خواص الروابط: والتي تتنوع بتنوع مجالات الاهتمام ؛ التي تتعدد بدورها داخل البناء الشبكي . ويتمحور البناء الشبكي في مجالين يتمثل الأول في البناء الشبكي العالمي: والمتمثل في بنية تفاعلية عالمية تتضمن موضوعات ذات مجال عالمي؛ لا تخص جماعة أثنية أو أقلية معينة ولكن تنصهر كل الأقليات والتباينات الثقافية داخل بوتقة التفاعل العالمي للشبكة، والثاني يتمثل في البناء المحلى للشبكات الاجتماعية: وهنا تظهر دور الجماعات المحلية التي خلقت لنفسها وحدات داخل التفاعلات العالمية، والتي يتمحور التركيز فيها على الموضوعات والسياسات المحليلة أو التي تخلص جماعات بذاتها في إطار اهتمام داخلي، وتخضع البنيلة الشبكية في هذا المحتوى إلى تجانس ثقافي إلى حد كبير، ويضيف الباحث في هذا الصدد رؤية مؤداها أن الأفراد والجماعات في إطار الشبكات الاجتماعية لهم القدرة على التزامن

٩٤ - ليلي احمد جرار :مرجع سابق،ص١٣١.

بين البنية الكوكبية والبنية المحلية، وهنا يتهجن البعد الثقافي للأفراد ويجمع بين المحلية والعالمية، ويترجم ذلك بوضوح فكرة الثقافة الرمزية التي تتلخص في أنها ثقافة المتفاعلين في السياقات الافتراضية.

ثانيًا: نظرية الاعتماد المتبادل.

تركز أدبيات علم الاجتماع علي تفسير الاعتماد المتبادل في سياقاته الاجتماعية، والفرضية الأساسية للمقولة يمكن بلورتها في الجملة الآتية « يلعب الاعتماد المتبادل دورًا أساسيًا في تبادل المعلومات بما يؤثر علي المعتقدات، القرارات الشخصية، الجماعية، المنافع وحتى الاحتجاجات والإضرابات»، مع الأخذ في الاعتبار أن تشكل الاعتماد المتبادل يكون بحسب قوة الروابط بين الأفراد والجماعات، وتتفاوت قوة الروابط بالدوافع المختلفة لاستخدام الشبكات الاجتماعية؛ فالدوافع المتفلة تختلف عن الدوافع الاجتماعية التي تختلف بدورها عن الدوافع السياسية؛ مع ملاحظة دينامية العلاقات عبر الشبكات الاجتماعية، إذ أنها من الممكن أن تضعف لأنها مرتبطة باهتمامات الأفراد التي ربها تتهاون في قوتها بما يؤثر علي فاعلية الاعتماد المتبادل.

ثالثًا: نظرية رأس المال الاجتماعي كأداة تحليلية للشبكات الاجتماعية.

أما علي الصعيد الافتراضي؛ يتأسس رأس المال الاجتماعي بناءً علي شبكة من الارتباطات بين أفراد التفاعلات الافتراضية المنتشرة عبر الإنترنت، فالنقطة الجوهرية الفاصلة بين محددات رأس المال الاجتماعي الافتراضي والواقعي هي مجال التفاعلات، إذ أن المجال الافتراضي يتأسس عبر تفاعلات الإنترنت التي تشكل آلية التواصل لتحقيق رأس المال الاجتماعي الافتراضي؛ وذلك عبر عدة خصال وسمات منها ما طرح لها «بلانشرد» (Anita Blanchard) و «طوم هورن» (Tom Horan) على النحو التالي:

ا- الارتباط المدني الافتراضي: ويقصد بهذا الارتباط التحولات التي تحدث من السياقات الواقعية إلى السياقات الافتراضية والعكس، بمعنى الاشتراك

٩٠ - عبد الله محمود مبارك الرعود:مرجع سابق،ص٩٦،

في المجموعات المنظمة؛ عبر الإنترنت؛ ذات الأبعاد الاجتماعية، يتأسس على عنصريان الأول متمثل في التبادل المعلوماتي: أن فكرة تبادل المعلومات من محددات تشكل رأس المال الاجتماعي في سياقاته الافتراضية ؛ حيث تطرح أوجه للتبادل الفاعل، ويتمثل العنصر الثاني في الدعم الاجتماعي : والمقصود به هنا هو الدعم الذي يستفيد به الفرد من خلال امتلاكه شبكة من العلاقات الاجتماعية؛ عبر تفاعلات المجتمع الافتراضي يمكن من خلالها تحقيق منافع تتأرجح هذه المنافع بين الواقع الافتراضي والمجتمع الواقعي.

ب- لاجغرافية رأس المال الاجتماعي الافتراضي: الفرضية الأساسية عند « بوتنام» (Botnahm) الرأس المال الاجتماعي في سياقاته الواقعية تتبلور في مقولته: كلما قلّت تفاعلات الشبكات الاجتماعية الكثيفة كلما قلل احتمالية تشكيل رأس المال الاجتماعي، ويربط هذا المنظور رأس المال بسياقاته الواقعية ذات الطابع الجغرافي والإطار الفيزيقي في التفاعل، إلا أن الإنترنت ساهم في تشكلات جديدة وشبكات اجتماعية يطلق عليها بلانشرد شبكات اجتماعية كثيفة، وفي خضم هذا الإطار يمكن الإشارة إلي أن احتمالية تشكل رأس مال اجتماعي في المجتمع الافتراضي أمر يسير، وذلك لأن تفاعلات سياقاته لا تتم في إطار شبكة واحدة من العلاقات ولكن هناك شبكات كثيفة من التفاعلات".

الاهبرام، ع۱۸۰٬۲۰۱۰)، ص۹٦.

المبحث الرابع: أصناف الشبكات الاجتماعية وخدماتها المطلب الأول: أصناف الشبكات الاجتماعية

صنف «آلان لوفيير» (Alain Lfeberre) الشبكات الاجتماعية في كتابه (الشبكات الاجتماعية) إلى صنفين الضمنية والصريحة، فالشبكات الاجتماعية الرقمية الضمنية تضم المواقع المجتمعية المهتمة بالمضمون مشل قاعدة التبادل الفيديو.

أما الشبكات الاجتماعية الصريحة: فهي المواقع التي أنشئت من أجل المستخدمين لتقديم خدمات لهم مثل: المواقع المهنية ، كما يمكن للشبكات الاجتماعية الرقمية أن تتكيف مع كل المواضيع الممكنة مثل: البحث عن عمل أو تطوير أعمال التعارف بين الأشخاص تبادل المعلومات حول موضوع ذي اهتمام مشترك **

كما تصنف شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية وفقا للأهداف التي ترمي إلى تحقيقها على النحو الآق:

- أ- شبكات التنشئة الاجتماعية: وهي الشبكات التي أنشئت من أجل الترفيه والتواصل الاجتماعي بين الأعضاء وغالبًا ماتستخدم للعثور وعرض قوائم الأصدقاء الموجودة على الشبكة مثل: (FaceBook) (My Space)
- ب- شبكات التواصل الاجتماعي: وهي الشبكات التي تستخدم من أجل إيجاد علاقات جديدة، وتضم عددًا كبيرًا من أسماء المستخدمين غير المعروفة مثل موقع (Linkedln)
- ج- الشبكات الاجتماعية للإبحار: وهي وسيلة لمساعدة المستخدمين على إيجاد نوع معين من المعلومات أو المصادر، كما تستخدم من أجل نشر قوائم الاتصال وقوائم توفير سبل الوصول إلى المعلومات، والموارد المرتبطة بها مثل موقع (Digg) وهو موقع روابط إنترنت كما تصنف شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية تبعًا للوسائل التي تستخدمها وعلى النحو الآق:

٩٧ - عبد الكريم الدبسي، رهير ياسين طاهات، مرجع سابق، ص ٧١.

- الشبكات الاجتماعية العامة مثل Face book و My Space
- المدونات مثل سكاب بلوغ skyblog وويكيبيديا
- أدوات التشارك لتسجيلات الفيديو مثل YouTube والصور مثل Flickr والموسيقى مثل:Deezer
 - أدوات الدردشة مثل المنتديات phpbb
 - نظم المراسلة الآلي Windows Live Messenger
 - مقصات استثناء الشبكات الاجتماعية مثل Ning
 - وسائل الإشهار الصغيرة والمواقع المتبقية منها مثل Twitter

إضافة إلى غيرها من المواقع الأخرى التي تربط شعوب العالم تحت موضوع مشترك ً.

٩٨-عبد الله ممدوح مبارك الرعود:مرجع سابق،٧١.

المطلب الثاني: أفاط الشبكات الاجتماعية

تصنف انماط الشبكات الاجتماعية على النحو التالى:

- ١- شبكات أساسية: وهي التي عكن وصفها بالشبكات الاجتماعية العامة، والتي تضم ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة تتمثل في المراسلات الشخصية، مشاركة الصور، الملفات الصوتية، المرئية، الروابط والنصوص.
- ۲- شبكات عمل: وهي ليست شبكات ذات طابع عام، وإنها هي نهط من الشبكات ينصب اهتمامها علي المحترفين وترتبط بأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن على سيرتهم الذاتية وانجازاتهم.
- ٣- شبكات المميزات الإضافية: هناك بعض الشبكات تتيح الفرصة أمام أعضائها في توفير مزايا إضافية تتمثل علي سبيل المثال: في التدويان المصغر (Micro blogging) مثل: موقع تويار وبالدك.
- 3- الشبكات العربية :هناك بعض الشبكات الاجتماعية التي ظهرت مؤخرًا علي الإنترنت، ولكنها لم ترتق إلي مستوي الخدمات التي تقدمها الشبكات العالمية الكبرى، ومن أمثلة الشبكات الاجتماعية العربية :مكتوب،فايح وعربيز (Arabiz) التي ظهرت في عام ٢٠٠٩ وكانت مخصصة للعرب المقيمين في ألمانيا ثم انتشرت في الدول العربية".

⁹⁹⁻راهـد راضي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعـي في العـالم العربي، (عمان: جامعـة عـمان الاهليـة، مجلـة التربيـة، ع01، ص77).

المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تشترك المواقع الاجتماعية في خصائص أساسية أبرزها:

- الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية: يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، تاريخ الميلاد، الاهتمامات و الصور الشخصية، بالإضافة إلى معلومات اخرى، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم المستخدم الافتراضي فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص الافتراضي مؤخرًا، و معرفة من هم أصدقاءه و ما هي الصور الجديدة التي وضعها إلى غير ذلك من النشاطات."
- ۲- المشاركة: وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات و ردود الفعل من الأشخاص
 المهتمين، حيث أنها تلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام التقليدية و الجمهور.
- ٣- الانفتاح: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة للردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء و التعديل على الصفحات؛ حيث أنها تشجع التصويت، التعليقات و تبادل المعلومات، بل نادرًا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.
- المحادثة: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها
 للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة و التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة. "\"
- ٥- الأصدقاء، العلاقات: هـم عثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى «صديق» على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعـض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى «اتصال» أو «علاقة» على الشخص المضاف للقائمة.
- -- إرسال الرسائل: تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.

١٠٠- رضا عبد الواحد امين:الصحافة الإلكترونية،ص١٥٥.

۱۰۱ -على كنعان:مرجع سابق،ص١٤٦.

- البومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لانهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها، و إتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاضطلاع والتعليق عليها.
- ٨- المجتمع: وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة و التواصل بشكل فعال، و من ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل، و يصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعًا إلكترونيًا متقاربًا." "للفزيوني مفضل، و يصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعًا إلكترونيًا متقاربًا." "للفزيوني مفضل، و يصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعًا إلكترونيًا متقاربًا." "للفزيوني مفضل، و يصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعًا الكترونيًا متقاربًا." "للفريوني مفضل، و يصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعًا إلكترونيًا متقاربًا." "للفريوني مفضل، و يصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعًا الكترونيًا متقاربًا." "للفريوني مفضل، و يصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعًا الكترونيًا متقاربًا." "للفريوني مفضل، و يصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعًا الكترونيًا متقاربًا." "للفريوني مفضل المناس الم
- 9- المجموعات: تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، و يوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها من ساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر و ألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف الأحداث و دعوة أعضاء تلك المجموعة له وتحديد عدد الحاضرين والغائبين.
- ۱۰ الترابط: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، و ذلك عبر الوصلات و الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك مواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضًا مثل خبر ما على مدونة فيعجبك فترسلك إلى معارفك على فيسبوك، وهكذا منها يسنهل و ينسرع من عملية انتقال المعلومات.

۱۰۲ حالـ د سليم:ثقافة مواقع التواصـل الاحتماعـي والمحتمعـات المحليـة (قطـر: دار المتنبـي للنـشر والتوريـع،٢٠٠٥)، ص١٧

١٠٣ -خالد غسان المقدادي؛ مرجع سابق، ص٢٧.

١٠٤ -عبد الله عامر: مرجع سابق،ص ٤٦.

۱۰۵ - خالد غسان المقدادي: مرجع سابق،ص ۲۸.

المطلب الرابع: خدمات الشبكات الاجتماعية

تتعدد الخدمات التي تبثها الشبكات الاجتماعية، والدلائل على مدى العموم والانتشار من حيث أعداد الشبكات أو المستخدمين يؤكد على أنها تقدم خدمات تستدعي الاهتمام، ومن أبرز الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية.

- الملفات الشخصية أو صفحات الويب: وهي ملفات تمكن من خلالها الفرد من كتابة بياناته الأساسية مثل: الاسم، السن، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصور الشخصية.
 ويعد الملف الشخصي هو بوابة الوصول إلى عالم الشخص.
- ب) الأصدقاء أو العلاقات: وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذي يعرفهم في الواقع، أو الذين يشاركونه نفس الاهتمام في المجتمع الافتراضي، وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه، ولكن تفتح الشبكات الاجتماعية فرصة للتعارف مع أصدقاء الأصدقاء بعد موافقة الطرفين.

إرسال الرسائل: تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلي الأصدقاء الذين في قائمة الشخص، أو غير الموجودين في القائمة.

- ج) ألبومات الصور: تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات، ورفع مثات الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للإطلاع عليها وتحويلها أيضًا.
- د) المجموعات: تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات الاهتمام؛ حيث يمكن إنشاء مجموعة بهدف معين أو أهداف محددة ؛ ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه منتدى حوار مصغر؛ كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات من خلال ما يعرف باسم Events ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات؛ ومعرفة عدد العاضرين وأعداد غير العاضرين.
- ه) الصفحات: ابتدع هذه الفكرة موقع Facebock وتم استخدامها علي المستوي التجاري بشكل فعال؛ حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة

تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات الذي يحددونها، ويقوم موقع الفيس بوك باستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم أنا.

ارتبط تنوع الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية في محيط الإنترنت بتنوع آخر يتمثل في تنميط السبكات الاجتماعية في هذا الصدد، ليس من المنطقي أن نتحدث عن الشبكات العربية لأن المجتمع الافتراضي هو مجتمع منفتح يضم في سياقاته التفاعلات الافتراضية على الصعيد العالمي.

١٠٦- حسنين شفيق:مرجع سابق،ص١٨٤.

المبحث الخامس: أنواع الشبكات الاجتماعية

يوجد أنواع من الشبكات الاجتماعية تختلف حسب طبيعتها وتشمل:

ا- المدونات الإلكترونية

ب-مواقع التواصل الاجتماعي

ج- الويكي

المطلب الأول: المدونات الإلكترونية

أولًا- تعريف المدونات الإلكترونية:

المدونات: مفردها مدونة هي عبارة عن صفحة لموقع على الإنترنت تضم عددًا من التدوينات المكتوبة بأسلوب صحفي ومرتبة زمنيًّا من الأحدث إلى الأقدم، تتميز بآلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخل منها عنوان إلكتروني دائم لا يتغير منذ لحظة نشره على الشبكة، يشار إلى أن المدونة بالإنكليزية مأخوذة اختصارًا من كلمة (weblog) ومنها على الشبكة، يشار إلى أن المدونة بالإنكليزية مأخوذة اختصارًا من كلمة (blogging) وهو العالم المترابط في المدونات المتاحة على الإنترنت، والذي يمكن ولوجه من خلال محركات البحث أو كشافات التدوين، والمدونة هي أقرب ما تكون إلى الصحيفة الإلكترونية مع الفارق بأن المواد المنشورة في المدونات توضع في ترتيب زمني تصاعدي؛ بحيث تكون المعلومات الأكثر حداثة هي أولى المعلومات التي يطالعها المستفيد "".

ثانيًا- النشأة والتطور:

بدأت المدونات على شكل يوميات منذ عام ١٩٩٦ حيث يقوم الأشخاص بالكتابة عن حياتهم واهتماماتهم الشخصية، وفي عام ١٩٩٩ انتشرت المدونات واشتهرت بصورة واسعة، وتطورت أليات التدويان، وإنشاء المدونات بظهور خدمات التدويان التي لنويان التي النويان الن

التي تربطهم مع آخرين لهم نفس الاهتمامات، وبعد بداية بطيئة، انتشر التدوين على التي تربطهم مع آخرين لهم نفس الاهتمامات، وبعد بداية بطيئة، انتشر التدوين على الإنترنت بسرعة كبيرة، نذكر منها ؛(Xanga) الذي أنشئ عام ١٩٩٦ أين بلغ عدد التدوينات فيه إلى مائة تدوينة في عام ١٩٩٧، وفي عام ٢٠٠٥ وصلت إلى عشرين مليون تدوينة. وفي سنة ٢٠٠١، أصبحت المدونات ظاهرة وازدادت أهمية مجتمع التدوين بسرعة أأ، أصبحت المدونات سنة ٢٠٠١، وسيلة معتمدة لنشر الأخبار وفي ٢٠٠٣، ذاع صيت المدونات؛ إذ انتشرت المواقع الشخصية؛ التي يتحدث فيها أصحابها عن تجاربهم الشخصية وآرائهم في مختلف الموضوعات، وأحيانًا في موضوع متخصص واحد . وأخذت المدونات منحى جديدًا عندما بدأت بتزويد الجمهور بتعليقات سريعة على الأحداث المتلفزة مكونة بذلك ما يسمى برالتدوين الحي) الذي يشبه غيط النقل التلفزيوني الحي للأحداث والأخبار، في سنة ٢٠٠٤ (التدوين الحي) الذي يشبه غيط النقل التلفزيوني الحي للأحداث اللغة الإنكليزية أنا.

انتشرت المدونات بسرعة؛ وأصبحت توصف بأنها ثاني ثورة في الإنترنت بعد البريد الإلكتروني، ولعل من أسباب شهرتها وسرعة انتشارها تميزها بالتفاعلية، والوصول المباشر إليها من قبل المستفيدين منها، وتشكيل المجموعات الإلكترونية، وساحات الحوار والمنتديات الثقافية بين محرريها وقرّاء ثها، وذلك بصورة أكثر فعالية عن غيرها من وسائل الاتصال الأخرى؛ كالبريد الإلكتروني، فضلًا عن توفر سجل أرشيفي للمواد المتاحة فيها يتم الوصول اليه بصورة أكثر سهولة ويسر من غيره من الأساليب، كما أنها تتيح للقارئ القدرة على التعليق والمداخلة على الأخبار والمواد المنشورة على المدونات سلبًا أم إيجابيًا دون عوائق للحد من حرية التعبير عن الرأي؛ مع ثقة القارئ بأن تعليقه أو مداخلته؛ سوف تُنشر بالكامل دون أي تحريف أو حذف، وإن بإمكان جميع زوار موقع المدونات الإطلاع على ما يقوله.".

١٠٨ رضا عبد الواحد أمين:الخطاب الاسلامي في المدوسات على شبكة الانترنيت،محلة البحوث الإعلامية
 (القاهرة:كلية الإعلام بجامعة الازهس ٢٠٠٦)،٠٠٠٢.

١٠٩-رضا اميز:مرجع نفسه،ص ١٣٤.

١١٠-ياس خضر البياتي،مرجع سابق،ص٣١٨.

ثالثا- أنواع وخصائص المدونات:

للمدونات أنواع عديدة وكل نوع يختلف عن غيره في الطريقة التي تكتب بها المدونات أو تقدم بها:

- أ- حسب نوع الواسطة: المدونات التي تشتمل على الفيديو تسمى مدونات فيديوية، والتي تشتمل على صور تسمى مدونات مترابطة والتي تشتمل على صور تسمى مدونات صور
- ب- حسب الطريقة: يمكن معرفة نوع المدونات بواسطة الطريقة التي كتبت بها، فالمدونات التي تكتب عن طريق الموبايل تسمى (Moblog).

ج- حسب الموضوع الذي تغطيه المدونات.

د- مدونات خاصة أو تجارية "".

١١١ أحمد يونس حمودة:دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القصايا المجتمعية،رسالة ماجستير (غير منشورة) في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة،٢٠١٣،ص٧٥.

المطلب الثاني: الويكي

أولًا-تعريف الويكي:

هـ و برنامج؛ يتيح للمستخدمين إنشاء صفحات الويب، تحريرها وربطها بسهولة، وهـ و يُستخدم عـادة لإنشاء مواقع الويب التعاونية، ويُشار إلى هـنه المواقع على أنها و«يكيز»وتعتبر الموسـ وعة الحـرة (Wikipedia) مـن أشـهر مواقـع الويـكي الموجـ ودة عـلى الإنترنيت؛ ترجـع بدايات أول موقع سُمي بالويـكي إلى عـام ١٩٩٤، حيـث بـدأ مبرمج الحاسبات الآلية الأمريكي «وارد كوننجهام »(Web Wiki Wiki) في تطويـر موقـع باسـم (Web Wiki Wiki)، وقـد أطلقـه عـلى الويـب في ٢٥ مـارس ١٩٩٥.

ثانيًا- خصائص الويكي: أهم الخصائص التي يتميز بها الويكي:

- ١- دعوة كل المستخدمين لتحرير أي صفحة (باستثناء بعض الصفحات القليلة المحمية)، أو إنشاء صفحات جديدة داخل موقع الويكي على الويب، باستخدام متصفح الويب فقط دون الحاجة إلى أية متطلبات أخرى.
- ۲- تعزيز أواصر الترابط الموضوعي بين صفحات الويب المختلفة، بواسطة إنشاء روابط عذا بين الصفحات غير موجودة، ويتم هذا بين الصفحات الموجودة؛ ويمكن أن يتم إعداد روابط لصفحات غير موجودة، ويتم هذا بهدف دعوة المستخدمين للكتابة في الموضوعات الجديدة داخل الويكي"".

ثالثًا- مميزات الويكي :

- ١- تبسط عملية تحرير المحتويات، فكل صفحة تحوي رابطًا لتغيير محتوياتها، فإذا أراد شخص ما تغيير محتويات الصفحة، فعليه أن يضغط على الرابط وسيظهر له غوذج لتحرير المحتويات، وعندما ينتهي من إضافة وتعديل ما يريد، عليه أن يضغط الزر لإرسال التعديلات وستظهر الصفحة كما قام بتحريرها.
- ٢- تستخدم أوامر بسيطة؛ لتنسيق محتوياتها، فلا حاجة لتعلم لغة HTML للمشاركة في إضافة وتعديل محتويات مواقع ويكي، الأوامر بسيطة تناسب أغلب الناس ممن لا يملكون خبرة كبيرة في استخدام الحاسوب أو في تطوير المواقع.

۱۱۲ تم تصفح الموقع المشار إليه يوم ٢٠١٥/٠٣/١٥ على الساعة ٢٠١٨:١٨ https://ar.wikipedia org/wiki المرجع سابق، ٣٣٥.

- ٣- تحتفظ بسجل لتاريخ الصفحات؛ فإذا أخطأ شخص ما في تحرير إحدى الصفحات عكن الرجوع إلى الصفحات السابقة المحفوظة، وعكن المقارنة بين الصفحات الإظهار الفروق بينها، فلا خوف هنا من ارتكاب الأخطاء، عكن دائمًا الرجوع إلى نسخ سابقة من الصفحة.
- ٤- تشجع على العمل الجماعي؛ فأغلب مواقعها تسمح لأي زائر بتعديل وإضافة المحتويات
 دون الحاجة إلى التسجيل في الموقع.
- ٥- تبسط عملية إنشاء روابط لصفحات أخرى؛ فمواقعها تحتفظ بكل محتويات الموقع في قاعدة بيانات متشعبة، ليتعرف على كل صفحة أنشأت وكل رابط بين الصفحات، فلا يهم موقع الصفحات في ويكي، يمكن إنشاء صفحة جديدة وسيقوم البرنامج تلقائيًا بإنشاء روابط لها في الصفحات الأخرى * "

١١٤ توفيق التويجري: الفيسبوك والاتجاهات السلوكية، (جامعة القاهرة؛مصر:مجلة الصحة النفسية،ع ١١٤ - ١٨٢٥٠٩)، ص ٢٠.

المطلب الثالث: الفيسبوك

أولًا: تعريف الفيسبوك:

هـ و موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي يتيح للأشخاص العاديين و الاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزّز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، و إنشاء روابط تواصل مع الآخرين. "" ثانيًا: النشأة و التطور:

أسس هذا الموقع «مارك زاكربيرج» «Mark Zuckerberg »عام ٢٠٠٤ وها أحد طلبة جامعة هارفارد؛ وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، و من ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى، أمريكا، بريطانيا وكندا؛ ليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة -فايس بوك- التي أصبحت تقدر بالمليارات عام ٢٠٠٧ نتيجة لاستدراك ٢١ مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام؛ ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي و يصبح الأول على صعيد العالم، و بلغ عددهم حسب إحصائيات ٢٠١١م مهم مليون مشترك"؛ و قد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية؛ للتواصل مع الأصدقاء و العائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية، منبر لعرض الأفكار السياسية، تكوين تجمعات سياسية إلكترونية؛ لتواصل مع جمهورها، وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها و الترويج لكتابها؛ وغيرها من وسائل الإعلام، ليتعدى موقع الفيسبوك وظيفته الاجتماعية الى موقع تواصل متعدد الأغراض، و ليصبح مستقبلًا أكبر تجمع إلكتروني بشري على وجه المؤرض."

۱۱۵-مهاب نصرالدین الفیسبوك صورة المثقف وسیرته العصریة، وحوه المثقف عنی الفیسبوك هل تعید إنتاج صورته أم تصنع افقا مقابرا؟ (الكویت:،حریدة القیس الكویتیة الیومیة،ع ۱۳٤٤٦، ۳ نوفمبر ۲۰۱۰،ص ۱۰) ۱۲۲-علی كنعان :مرجع سابق، ۱۹۳۰.

١١٧ -عباس محمد صادق:مرجع سابق، ص١٥٠.

ثالثًا- مميزات الفيسبوك:

الملف الشخصي: عند الاشتراك بالموقع يجب أن تنشئ ملفًا شخصيًا يحتوي على معلومات الشخصية، صورك، أمور مفصلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن عن سلعها.

إضافة صديق: يستطيع المستخدم إضافة أي صديق و أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الإلكتروني.

إنشاء مجموعة تسمح هذه الخاصية بأن تنشئ مجتمعًا إلكترونيًّا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية وجعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريًّا بالعائلة أو الأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

لوحة الحائط: وهي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

النكزة: منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

الصور: وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

الحالة: تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم و ما يقومون به من أعمال في الوقت المديتيكي.

التغذية الإخبارية: تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعيض البيانات مثل: التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي، الأحداث المرتقبة و أعياد المالك الخاصة بأصدقاء المستخدم.

الهدايا: ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم؛ تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

السوق: وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة محانية.

إنشاء صفحة خاصة على موقعك: ويتيح لك أن تروج لفكرتك، حزبك أو جريدتك، ويتيح الموقع أدوات متخصصة كما في المدونات ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة، كنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات ويتيح أدوات لترويج الصفحة مع « facebook adds »، والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل على صفحتك في الفيسبوك.

التعليقات: وهي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين. ^\\

۱۱۸ محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاحتماعي على حمهور المتلقين، دراسة مقارسة للمواقع الاجتماعية و المواقع الإلكترونية؛العربية نموذجًا،رسالة ماجستير(غير منشورة)،الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، ۲۰۱۲، ٣٠٥.

المطلب الرابع :التويتر

أولًا- تعريف تويتر:

أخذ تويتر اسمه من مصطلح «تويت» الذي يعني «التغريد» واتخذ من العصفورة رمزًا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى ١٤٠ حرفًا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصًا مكثفًا لتفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو التويترات من خلال ظهورها على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة، و إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة « RSS » عبر الرسائل النصية « SMS ».""

ثانيًا-النشأة والتطور:

ظهر الموقع في أوائل ٢٠٠٦ كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة « obvius » الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، بعد ذلك أطلقته الشركة رسميًّا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر ٢٠٠٦؛ بدأ الموقع في الانتشار كخدمة الكترونية في ٢٠٠٧ من حيث تقديم التدوينات المصغرة. "١

۱- سهل و سريع: فبمجرد إدخال بريد إلكتروني يصبح المستخدم مشتركًا من الموقع و يستطيع أن يبدأ بتدوين و إرسال الرسائل القصيرة، كما يتيح الموقع إرفاق صورة شخصية أو شعار مع كل تدوينة قصيرة.

ثالثًا-مميزات التويتر: للتدوين عبر موقع تويتر مميزات مفيدة و عديدة أهمها:

٢- محمول ومتحرك: فموقع تويتر يعتبر من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة، أي من المواقع التي تدعم و تتيح أدوات للتدوين، و لإرسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة و من أي مكان في العالم.

۱۱۹ حنان بنت شعشوع الشهري: أثر استحدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاحتماعية الفيسبوك؛ تويتر أغودجا، رسالة ماجستير (غير منشورة)، ۲۰۰۸، المملكة العربية السعودية، ص ٣٥.
۱۲۰مرجع نفسه، ص ٣٦.

مجاني: فإرسال التدوينات القصيرة عبر تويتر هو مجاني، بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر المحمول.

أداة فعّالة للتواصل مع العالم: فكون التدوين الخاص بالتويتر يمكن إرساله من الأجهزة الذكية أتاح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء؛ المعارف أو المتابعين على الموقع.

الفورية: فالتدوين الفوري هو من الخصائص المميزة لموقع تويت، يسمح بمراقبة تطور الحدث، والتفاعل معه.

أداة تسويق فعّالة يستخدم موقع تويتر من قبل الشركات و المعلنين للترويج عن منتجاتهم و عروضهم الجديدة مجانًا.

شعار مميز: يوفر التويتر إمكانية تحميل صور خاصة لشعار يميز كل مستخدم عند التدوين، ويسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية أو بلغة برمجة مثل: html أو pava مما يعطي طابعًا شخصيًّا و موثقًا مع كل تدوينة. ""

* * ×

١٢١٠ حلمي حضر ساري: تأثير الاتصال عبر الإبتربيت في العلاقات الاجتماعية -دراسة ميدانية في المجتمع القطري -(دمشق :مجلة الجامعة، المجلد ٢٤، ع ١و٨٠٠، ٢٠٠٠)، ص ٣٠٢.

المطلب الخامس:اليوتيوب

أولًا- تعريف اليوتيوب:

اختلفت الآراء حول موقع «يوتوب» وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أو لا، حيث قيل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو؛ إلا أن تصنيف يعد كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظرًا لاشتراكه معها في عدد من الخصائص، فهو موقع إلكتروني يسمح، يدعم نشاط تحميل، تنزيل، مشاركة الأفلام بشكل عام و مجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بهشاهدتها.

ثانيًا- النشأة و التطور:

تأسس اليوتوب سنة ٢٠٠٥ بواسطة ٣ موظفين سابقين في شركة «باي بال» « pay pal » وهم «تشاد هيرلي » و «ستيف تشين» و «جاود كريم» في مدينة كاليفورنيا، ويستخدم الموقع تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة و غيرها".

ثالثًا- مميزات اليوتيوب :

- ١- عام و مجاني: يسمح هذا الموقع بتحميل وتنزيل الأفلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط، وعلى أن يلتزم المستخدم بشروط التحميل .
- 7- داعم لتحميل الأفلام: فالموقع يوفر مجانًا خادمًا ذا مساحة غير محدودة يتم من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع (avi, mpt, wmv) أو الأغاني (mpt) و تحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة و المسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف المحمول.

۱۲۲ - حلمی خضر ساری: مرجع نفسه، ص ۳۰۷.

۱۲۳ - خالد سليم: مرجع سابق،ص٤١.

- ٣- سهل الاستعمال من قبل العامة: فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل
 الأفلام مقارنة لغيره من المواقع و يوفر أدوات داعمة لذلك.
- ٤- سهل المشاهدة: فبمجرد الضغط على وصلة الفيلم، فإنه يعرض مشاهدة البث حيًا ومباشرة من الموقع، كما يمكن الاحتفاظ به من خلال برنامج موسيقي مثل Player.
- ٥- سهل البحث: فالموقع يوفر محرك خاص به يمكن من أن تبحث عن عنوان الفيلم أو
 الحدث و من ثم مشاهدته.
- الرقابة: فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفيلم، فالمستخدم يستطيع أن يجعل مشاهدته حصرًا على مجموعة خاصة من المشتركين أو العامة.
- اداة للترويج: فأفلام يوتيوب مجانية؛ يعد أبرز وسيلة لترويج الأفكار في قالب سمعي-بصري، كما يتيح مشاهدتها عالميًا. ^{۱۲۱}

-	94	-	
---	----	---	--



الفصل الثالث ثنائية الإنسان والبيئة وأليات المحافظة عليها



- 96 -	
--------	--

الفصل الثالث: ثنائية الإنسان والبيئة وأليات المحافظة عليها المبحث الأول: مفهوم البيئة والمنظومة البيئية

المطلب الأول:البيئة ومفاهيمها

أ- لغةً:الأصل اللغوي لكلمة بيئة هو الجذر:-ب و أ-، قال ابن منظور "'في لسان العرب: بَوَأ: باء إلى الشيء يَبوء بَوءًا؛ أي رجَع.

وقد تمَّ استِعمال كلمة البيئة بمعنى الحال الراهن للمكان المحيط بالإنسان - وهو تقريبًا المعنى المُستعمَل اليوم- لم يكن الخيار الأول والوجه الأكثر استعمالاً عند العرب، وعلى كلِّ فالمُصطَلح قطع هذه المرحلة وبات مُستعمَلاً بسلاسة ووضوح؛ ذلك أن المقصود بالبيئة عند أكثر المتُحدَّثين بها هو: المكان أو الحيُّز المُحيط بالإنسان ""

ب-اصطلاحا : تُعرَّف البيئة بأنها: «كل ما يُحيط بالإنسان من أشياء تؤثر على الصحة، فتشمل المدينة بأكملها، مساكنها، شوارعها، أنهارها، آبارها، شواطنها، كما تشمل كل ما يتناوله الإنسان من طعام وشراب، وما يلبسه من ملابس، بالإضافة إلى العوامل الجوية والكيميائية، وغير ذلك ١٠٠٠.

ومِن تعريفات البيئة في هذا العلم أيضًا ما قاله البعض: إن للبيئة مفهومين يُكمل بعضهما الآخر: «أولهما البيئة الحيوية، وهي كل ما يختصُ بحياة الإنسان وبعلاقته بالمخلوقات الحية، الحيوانية والنباتية التي تَعيش معه.أما ثانيهما فهي البيئة الطبيعية، وتشمّل موارد المياه، والفضلات، والتخلّص منها، والحشرات وتربة الأرض، والمساكن، والجو ونَقاوته أو تلوثه، والطقس، وغير ذلك من الخصائص الطبيعية للوسط ١٠٠٠.

أما البيئة مفهومها الواسع فهي تشمل عدة أبعاد؛ تكنولوجية، اجتماعية، اقتصادية، تاريخية، ثقافية. وكل بُعد من هذه الأبعاد يتفاعل مع الأبعاد الأخرى، ويلعب دورًا حيوينًا في تنوازُن هذا الكل، فعندما نقول البيئة، فنحن نقصد جميع

۱۲۵-ابن منظور:مرجع سابق،ص

١٣٦- الشحات إبراهيم محمد منصور :البيئة في الإسلام(القاهرة: دار النهضة العربية)، ص٦٥.

١٢٧ عمر بن محمد القحطاني: احكام البيئة في الفقه الاسلامي (دار ابن الجوري،ط٨٠٠٨)،ص ص٢١٠، ٢٢

١٢٨-ارناؤط محمد السيد:الانسان وتلوث البيئة(القاهرة:الدار المُصرية،اللبنانية)ص١١.

العناصر التي تُحيط بالإنسان وتتفاعل معه من خلال قيامه بنشاطاته الحيوية " - حسب بعض الباحثين - فهي عبارة عن نسيج من التفاعلات المختلفة بين الكائنات العضوية الحيّة بعضها البعض (إنسان، حيوان، نبات) وبينها وبين العناصر الطبيعية غير الحية (الهواء، الشمس، التُّربة) ويتمُّ هذا التفاعل وفق نظام دقيق، متوازن ومتكامل يعبر عنه بالنظام البيئي. ""

ج-علم البيئة:هـ و العلم الذي يبحث في المحيط الذي تعيش فيه الكائنات الحية، والمحيط الحيوي والذي يتضمن بمعناه الواسع العوامل الطبيعية، الاجتماعية، الثقافية والإنسانية التي تؤثر على أفراد وجماعات الكائنات الحية، وتحدد شكلها وعلاقتها وبقاءها، ويهتم علم البيئة بدراسة السكان والتنظيم الاجتماعي والتكنولوجيا والبيئة كعناصر أربعة هامة "ا.

د- علم الأيكولوجي: أيكولوجي بمعنى تبؤ والبيئة في حين أن علم الأيكولوجي يدخل في إطار وضمن معنى البيئة أي أن البيئة تتضمن علم الأيكولوجي، وعلم الأيكولوجي يعد أحد فروع علم الأحياء ويعرف علم الأيكولوجي بأنه العلم الذي يبحث في علاقات الكائنات الحية مع بعضها البعض ومع المحيط أو الوسط الذي يعيش فيه"". ويقسم علماء الاجتماع هذا العلم إلى ثلاثة أقسام هي النسق التنظيمي، النسق التكنولوجي والنسق الأيديولوجي".

ж ж ж

١٢٩-عمر بن محمد القحطاني :مرجع سابق،ص٢٦.

١٣٠- أرناؤط مجمد السيد:مرجع سابق،ص١٥.

١٣١ الحداد عوض الأوحه المكانية للتنمية الإقليمية (الاسكندرية:دار الأندلس،ط١٠١٩٩٣)، ص٨٣

١٣٢- أرناؤط محمد السيد:مرجع سابق،ص١٢.

١٦٣٠ على على البنا:المُشكلات البيئية، وصيان المُوارد الطبيعية (القاهرة:دار الفكر العربي،ط١٦٠٠٠)ص١٦٦

المطلب الثاني: مفهوم المنظومة البيثية

إن المنظومة البيئية تحمل بمعناها العام التكامل والتآزر بين الوحدات المكونة للبيئة وتقتضي مستوى من الوعي والإدراك يستوعب كل ما من شأنه أن يحدث خيرًا للبيئة، ويبتعد عن كل ما يسبب التلوث أو يحدث، فهي مجموعة الوحدات أو العمليات المرتبطة ببعضها البعض لتحقيق هدف معين "". ومفهوم المنظومة أشمل وأعم من مفهوم النظام أو الآلية فهي تضم عدة نظم تعمل في إطار متكامل تستخدم آليات ميكانيزمات تتعارض فيما بينها وكلها وتستخدم لتحقيق التفاعل والتناغم بين كافة جوانب المجتمع ولتحقيق الاهداف بشكل متكامل. وعلى هذا يقصد بالمنظومة البيئية، التفاعل المتزن والمتكامل بين الوحدات المكونة للبيئة والأبعاد الخاصة بها وهي: الجوانب الطبيعية، الاجتماعية، الثقافية والاقتصادية بشكل يحفظ للإنسان كرامته ويحد بقدر الإمكان من مظاهر التلوث بكافة أنواعه "".

بناء عليه يمكن أن نعرف المنظومة بأنها: مجموعة متكاملة من الخطط أو المشروعات أو البرامج، تعمل على ترجمة أهداف المنظمة إلى واقع فعلي، هناك عدة منظومات يتكون منها المجتمع مثل الظروف الطبيعية، الظروف الفنية، الإنسان ألم ولكي نتأكد من أن المنظومة البيئية تعمل بشكل متكامل لا بد أن ندرس نتائج المخرجات فإذا كانت هذه المخرجات المتناسبة مع الأهداف أو مع المتوقع منها فهذا يدل على أن المنظومة البيئية تعمل بالشكل المطلوب، إلا أنه في الغالب تتعرض المنظومة البيئية لعدد من المدخلات تتعارض مع تحقيق الأهداف المطلوبة، بعضها يرجع إلى الإنسان مستخدم البيئة أو للأساليب الفنية الحديثة المصدرة للتلوث بالإضافة إلى عوامل أخرى ترجع إلى الثقافة والعادات والتقاليد وغير ذلك مما يؤثرسابًا أو إيجابًا على هذه المنظومة "".

١٣٤-غنيم عثمان:مقدمة في التخطيط التنومي الاقليمي(عمان:دار الصفاء،ط١٩٩٩) ص١٠.

١٣٥-هايني ستيفن:تغيير المسار،ترجمة علي حسين حجاج،عمان،دارالنشر عمان،ط١٩٩٦) ص١٧.

١٣٦-عديم عثمان:مرجع سابق،ص٣٣.

١٣٧- الفاسا مصطفى حمود:موسوعة الفلك الكون البيشة والتلوث (لبنيان دار الفكر اللبنائي،مجلد ١،١٩٩٤) ص ١٧١.

المطلب الثالث: خصائص المنظومة البيئية

- ١-المنظومة البيئية احتمالية: حيث لا يحكن تحديدها بدقة كاملة نتيجة للعوامل الخارجة المؤثرة عليها وأبرز هذه العوامل الإنسان فهو كاثن ديناميكي متغير.
- ٢-المنظومة البيئية متعددة المدخلات والمخرجات: حيث إنها لا تعتمد على نوع معين أو
 محدد من المدخلات وبالتالى لا تكون المخرجات واحدة.
 - ٣-المنظومة البيئية تتأثر بالقيم والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع
 - ٤-المنظومة البيئية تتأثر بالتغير التكنولوجي والثقافية والتحولات الاجتماعية بالمجتمع
- ٥-يؤدي تراكم المعرفة وتنوع الخبرات إلى نقل هذه المنظومة البيئية ويساعدها على تحقيق الأهداف المرغوبة ١٣٠٠.

أُولًا: المشكلات البييئة

تعرف المشكلة بصفة عامة بأنها كل موقف اجتماعي يقتضي تغييرها للأفضل، وهي مسألة صعبة تتطلب الحل واتخاذ قرار بشأنها وتقرير شيء ما بالنسبة، كما أنها ظاهرة تتكون من عدة أحداث ووقائع متشابكة وممتزجة ببعضها البعض لفترة من الوقت ويكتنفها الغموض واللبس، تواجه الأفراد أو الجماعة ويصعب حلها قبل معرفة أسبابها والظروف المحيطة بها وتحليليها للوصول إلى اتخاذ قرار بشانها".

وعلى ذلك تعرف المشكلة البيئة: بأنها أي تغيير كمي أو كيفي يلحق بأحد الموارد الطبيعية في البيئة بفعل الإنسان أو أحد العوامل الطبيعية مما يؤثر على المنظومة البيئية ويغير من خصائصها أو يخل بتوازنها بدرجة تؤثر تاثيرًا غير مرغوب فيه على الإحياء التي تعيش في البيئة وفي مقدمتها الإنسان. 16.

١٣٨ - علي علي البنا:مرجع سابق،ص١٦٧.

١٣٩ زكي رمزي: المشكلة السكانية وحرافة المالتوسية الحديدة (الكويت سلسلة عالم المعرفة، ع١٨٤ المحلس الوطني للثقافة والفنون والاداب الكويتية ١٩٨٤.

١٤٠ عبد المقصود رين العابدين:قضايا بيئية معاصرة(الاسكندرية:المعارف الإسكندرية،ط٣،١٩٩٥)،٣٧٠)،

وتحدد في حدوث تغيرات في البيئة أو في أحد مواردها الطبيعية، هذه التغيرات قد تنتج عن الإنسان أو العوامل الطبيعية أو كليهما معا، قد تؤدي هذه التغيرات إلى أحداث تغيير في المنظومة البيئية أو أحد نظمها مما يعمل على الإخلال بالتوازن البيئي، هذه التغيرات تؤثر تأثيرًا سلبيًّا غير مرغوب فيه على البيئة الحية وغير الحية بالبيئة، تتطلب معرفة أسبابها والظروف المحيطة بها وتحليلها للوصول إلى اتخاذ قرار بشأنها ومواجهتها".

ثانيًا: التوازن البيثي:

يعرف بأنه التعادل الطبيعي بين مكونات البيئة وعناصرها بيولوجية كانت أو فيزيقية أو اجتماعية. وتعمل المنظومة البيئية وفقًا لقوانين أيكولوجية ثلاثة تنظم بنيان البيئة وتحفظ لها توازنها وهذه القوانين هي:

أ- اعتماد الكائنات الحية بعضها على البعض الآخر

ب- ثبات المنظومة البيئية والأنظمة البيئية واتزانها، يأتي نتيجة للتنوع والتعقيد في مكوناتها فالكل اقوى من مجموع اجزائه.

ج- محدودية الموارد البيئية المتمثلة بمكوناتها، وينطبق ذلك على الموارد الدائمة الماء الهواء والموارد المتجددة كالكائنات الحية والتربة. وغير المتجددة كالمعادن والنفط، فالماء يمكن أن يصبح غير صالح للاستعمال إذا أصابه التلوث وكذلك الهواء يمكن أن تغير الملوثات طبيعته والكائنات الحية، رغم أنها متجددة بنشاطها التكاثري إلا أن لها حدودها، فالرعي الجائر للمراعي، والاحتطاب الجائر للغابات والمبالغة في استخدام المبيدات لاتعطي فرصة للأحياء في تتجدد وكذلك التربة فاستدرارها بزراعة واحدة من المحاصيل باستمرار ولمواسم متتالية أو عن اتباع دورات زراعية أو عدم تنظيم المخصبات ومياه الحري هذا بالإضافة إلى تجريف الأرض الزراعية وتصحرها أن كل هذه الممارسات تؤدى إلى انهاك التربة وجدبها. وأما النفط وتصحرها أنا كل هذه الممارسات تؤدى إلى انهاك التربة وجدبها. وأما النفط

١٤١ أحمد عبد الحكيم: المشكلات البيئية، اسبابها ومقترحات الطلبة لعلاحها (مصر: حامعة سوهاج المؤتمر العلمى العربي الثالث، المجد الثاني)، ص٥٥.

١٤٢-فتيحة محمد الحسن:مشكلات البيئة(عمان:الاردن:مكتبة المجتمع العربي،ط١٠٢٠٠٦)،ص٨٨.

والمعادن فإنهما بطبيعتهما موارد مؤقتة حيث أن معدل تجددهما أقل بكثير من معدل استهلاكهما. ولعل تفهم هذه القوانين والتعامل مع البيئة في هديها يبقي البيئة قادرة على تلبية حاجات الإنسان وتطلعاته. غير أن الإنسان يحاول رفع مستوى معيشته وتطلعاته لإشباع حاجاته باستمرار، مما انعكس على تفاعله مع الموارد الطبيعية، والبيئة بنحو عال فقد سعى للسيطرة عليها واستغلالها لتحقيق أهدافه فغلب عليه الجشع فأخل بالتوازن الطبيعي.

ثَالثًا: الإنسان والمحافظة على التوازن البيثي

تعد مشكلة المحافظة على استقرار التوازن البيني، واستقرار النظم البينية من أهم المشكلات التي تواجه الإنسان في عصرنا الحالي، إلا أن الإنسان نفسه، يعتبر أحد العوامل الإساسية في حدوث عدم استقرار المظومة البينية، ويمكن للإنسان أن يكون له دور في المحافظة على التوازن البيني وسلامة النظم البينية عن طريق بناء أفراد مدركين لمسؤولياتهم اتجاه المحيط البيني التي تهدف إلى تفعيل هذه المسئولية ميدانيًا، من خلال عملية التحسيس البيني التي تهدف إلى تفعيل هذه المسئولية ميدانيًا، من خلال جعل سلوكيات الأفراد وتصرفاتهم أكثر توافقًا ومقتضيات حماية هذا المحيط والمحافظة عليه وضبط سلوكيات الإنسان في علاقته مع المحيط البيئي، وعلى نحو يضمن عدم مساسه او تاثيره على خصوصيات وحيوية هذا المحيط من جهة، واستعداده لتحمل مسئوليته في مواجهة المشاكل والتجاوزات التي تمس به من جهة أخرى، وتكوين مواطنيين واعيين ومدركين بأهمية القضايا البيئية، وهو ما تتحقق معه فكرة المواطنة البيئية كدلالة على مستوى الوعى بقضايا البيئية في المجتمع ككل أنا.

١٤٣ -حسن محمد ابراهيم:البيئة والتلوث(مصر:مركز الاسكندرية للكتاب،ط١٢٠٠٣)،ص١٣٠.

١٤٢-راتب السعود :مرجع سابق،ص١٩٦.

١٤٥ - على زيـن العابديـن عبـد السـلام،محمد بـن عبـد المـرضي عرفات:تلـوث البيئـة أمـن المدينـة (القاهرة:المكتبـة الاكادمية،ط١٩٩٢) ص٧٢.

المبحث الثاني: الموطنة والبيئة

المطلب الأول: مفهوم المواطنة

اقترن مفهوم المواطنة أو ما يدل عليه من مصطلحات عبر التاريخ بإقرار المساواة للبعض أو لمجموعة من المواطنين، على حد وصف (روبرت دال) Robert Dell للممارسة الديمقراطية الراهنة (وتعد المواطنة أوسع مدى من منطوق الكلمة، فالمواطنة مشتقة من الوطن وما دام الوطن هو القضية وهو الأصل؛ فإن كلمة المواطنة يحتويها إطار أوسع وهو الدولة الوطنية الافلية المواطنة .

فالمواطنة هي صفة المواطن والتي تُحدد حقوقه وواجباته الوطنية، وتتميز المواطنة بنوع خاص من ولاء المواطن لوطنه وخدماته في أوقات السلم والحرب، والتعاون مع المواطنين الآخرين عن طريق العمل المؤسساتي والفردي الرسمي والتطوعي في تحقيق الأهداف التي يصبو إليها الجميع وتوحد من أجلها الجهود وترسم الخطط وتوضع الموازنات المالية.

أولًا: مبادىء المواطنة:

يرى الدكتور علي خليفة الكواري أن ثلاثة تحولات كبرى متكاملة حدثت ساهمت في إرساء مبادئ المواطنة في الدولة القومية المعاصرة وهي:

- ١- بروز الدولة القومية نتيجة صراع الملوك مع الكنيسة الذي انتهى بتبعية كل رعية لملكهم ومذهبه الذي اتبعه في إطار المجتمع الذي تقوم فيه دولته بقوميتها وتاريخها وثقافتها المتميزة.
- ٢- المشاركة السياسية التي كانت نتيجة الحاجة المتبادلة بين الدولة وشعبها، وما نتج
 عنها من الاعتراف بحقوق متبادلة وتشارك في العمل السياسي والإشراف على حركته.

١٤٦ علي حليفة الكواري الديمقراطية والتنمية في الوطن العربي (بيروت: سلسلة كتب المستقبل العربي، ١٤٠٠، مركز دراسات الوحدة العربية، ط ٣، ٢٠٠٤)، ص ٧٧.

۱٤٧ - حسن محمد ابراهيم :مرجع سابق، ص٢٧.

۱٤٨ - احمد زكي بدوي :مرجع سابق، ص ٦٠.

حكم القانون: حيث انتشرت في الدولة القومية التي تشكلت، صياغة القوانين التي تنظم العلاقات الاجتماعية و تلبية السياسية والاقتصادية واستمر إصدار هذه القوانين تلبية لحاجات تلك المجتمعات وانتقال إصدار هذه القوانين بعد ذلك أما تدريجيًا
 كما في بريطانيا - أو ثوريًا كما في فرنسا وأمريكا إلى الشعب الذي أصبح مصدر السلطات والتشريع حيث مثال ذلك قمة (المواطنة)**.

ثانيًا: أشكال المواطنة

اجتهد بعض علماء الاجتماع في حصر صور المواطنة الجديدة التي أبرزتها التطورات العالمية الراهنة، ومن أبرزهم «جون يوري» (JHON YORRY)،أين أبرزت دراسته عن العولمة والمواطنة صورًا جديدة للمواطنة وهي:

- ١- المواطنة الأيكولوجية: وهي تتعلق بحقوق والتزامات « مواطن الأرض » .
- ٢- المواطنة الكوزموبوليتانية: وهي تعني كيف ينمي الناس اتجاهًا إزاء المواطنين الآخرين
 والمجتمعات والثقافات الأخرى عبر الكوكب.
- ٢- المواطنة المتحركة: وهي تعني بالحقوق والمسؤوليات للزوار لأماكن أخرى، ولثقافات أخرى ١٥٠.

كما إن هناك مستويات للشعور بالمواطنة نذكر منها:

- ١- شعور الفرد بالراوبط المشتركة بينه وبين بقية أفراد الجماعة كالدم والجوار والوطن
 وطريقة الحياة عا فيها من عادات وتقاليد ونظم وقيم وعقائد ومهن وقوانين وغيرها.
- ۲- شعور الفرد باستمرار هذه الجماعة على مر العصور، وإنه مع جيله نتيجة للماضي
 وإنه وجيله بذرة المستقبل.

١٤٩ علي حليفة الكواري:مفهوم المواطنة في الدولة القومية (بيروت:محلة المستقبل العربي،ع ٢، مركز دراسات الوحدة العربية،٢٠٠١)، ص ٦٦.

١٥٠ السيد يسين الإصلاح العربي بين الواقع السلطوي والسراب الديمقراطي (القاهرة: دار ميربت،ط١، ٢٠٠٥)، ص ٦٨.

- ٣- شعور الفرد بالارتباط بالوطن وبالانتهاء للجماعة، أي بارتباط مستقبله بمستقبلها
 وانعكاس كل ما يصيبها على نفسه، وكل ما يصيبه عليها.
 - ٤- اندماج هذا الشعور في فكر واحدِ واتجاه وحركة واحدة ٥٠٠١.

يشير ذلك أن مصطلح المواطنة يستوعب وجود علاقة بين الدولة أو الوطن والمواطن والمواطن والمواطن والمواطنة توافر وإنها تقوم على الكفاءة الاجتماعية والسياسية للفرد، كما تستلزم المواطنة الفاعلة توافر صفات أساسية في المواطن تجعل منه شخصية مؤثرة في الحياة العامة، والقدرة على المشاركة في السياسة واتخاذ القرارات.

ثالثًا: أبعاد المواطنة

تعتبر المواطنة مفهوم تاريخي معقد، له أبعاد عديدة منها ما هو مادي، قانوني، سياسي، ثقافي، سلوكي واجتماعي يحكن أن تحدد تلك الأبعاد بالآتي:

- ١- البعد القانوني: من المؤكد أن المواطنة هي في المقام الأول وضع قانوني، وهذا الوضع يشمل قبل كل شيء حق التصويت والانتخاب، لكنه أيضًا مجموعة حقوق وحريات يجب أن يتمتع بها المواطن دون قيود غير التي يفرضها المجتمع، فالمواطنة قانونيًا تعني علاقة الفرد بالدولة كحقيقة جغرافية وسياسية تُحددها وتحكمها النصوص الدستورية والقانونية والتي تحدد وعلى قاعدة المساواة الحقوق المختلفة للأفراد والواجبات التي عليهم تجاه المجتمع والوسائل التي يتم من خلالها التمتع بالحقوق والإيفاء بالواجبات . وعادة ما تكون رابطة الجنسية -معيارًا أساسيًّا لتحديد من هو المواطن وبناء عليها تترتب الحقوق والواجبات السياسية، والمدنية، والاقتصادية، والاجتماعية .
- البعد الاجتماعي: إن نقطة تحديد الفرد بالمواطن هي الانتماء لمجموعة من الأفراد
 المواطنين في رقعة جغرافية مصددة ومعترف بها داخليًّا وخارجيًّا، والانتماء محاولة
 لتشكيل الهوية ومن ثم الولاء تبعًا لفهم تلك الهوية .

١٥١- رصوان أبو الفتوح: التربية الوطنية؛ طبيعتها، فلسفتها، أهدافها، برامجها (القاهرة: المؤتمر الثقافي الرابع، جامعة الدول العربية، ١٩٦٠، ص ١٢٧.

- ٣- البعد الثقافي السلوكي: إن ممارسة مبدأ المواطنة على أرض الواقع مرتبط إلى حد بعيد بالمنظومة الثقافية السائدة داخل المجتمع، فالعادات والقيم والتقاليد والأعراف الاجتماعية تعمل بشكل لا واعي على اندماج الذات بالحياة الاجتماعية وفق شروط خاصة تحددها الجماعة وبالتالي تحديد الحقوق والواجبات وممارستها على ارض الواقع.
- 3- البعد السياسي: تبدو المواطنة اليوم أقرب إلى غيط سيلوكي مدني وإلى مشاركة نشطة ويومية في حياة المجتمع أكثر مما هي وضع قانوني مرتبط بمنح الجنسية، فالمواطن الصالح مشارك في الحياة العامة بكل تفاصيلها، وهذا الوضع يشمل حرية تشكيل الأحزاب، حق التظاهر، الاعتصام، والمساهمة في تشكيل النظام السياسي "١٥".

رابعًا: مكونات المواطنة:

تتشكل المواطنة من عناصر ومكونات أساسية، ينبغي إن تكتمل، حتى تتحقق المواطنة، وهذه المكونات هي:

١- الانتماء: يُعرف الانتماء بأنه النزعة التي تدفع الفرد للدخول في إطار اجتماعي فكري معين ها يقتضيه هذا من التزام بمعايير وقواعد هذا الإطار وبنصرته والدفاع عنه في مقابل الأطر الاجتماعية والفكرية الأخرى ١٠٠ وعلى الرغم من أن مفهوم الانتماء الاجتماعي يعاني من التعقيد والغموض، فأنه يُعد من أكثر المفاهيم تداولاً في الأدبيات السوسيولوجية والتربوية المعاصرة، وبهيل الباحثون في علم الاجتماع إلى تحديد الانتماء الاجتماعي للفرد وفقًا لمعيارين أساسيين متكاملين هما: العامل الثقافي الذاتي الذي يأخذ صورة الولاء لجماعة معينة أو عقيدة محددة، ثم العامل الموضوعي الذي يتمثل في معطيات الواقع الاجتماعي الذي يحيط بالفرد أي الانتماء الفعلى للفرد أو الجماعة، فالولاء هو الجائب

١٥٢ -إبراهيم ناصر:المواطنة (عمان:دار مكتبة رائد العلمية،ط١٠٢٠١)،ص ٢٤.

١٥٣- نجلاء عبد الحميد راتب:الانتماء الاجتماعي للشباب المصري: دراسة سوسيولوحية في حقبة الانفتاح (القاهرة: مركز المحروسة للنشر، ١٩٩٩)، ص ٥٧.

الذاتي في مسألة الانتماء، أين يعبر عن أقصى حدود المشاركة الوجدانية والشعورية بين الفرد وجماعة الانتماء 100.

7- الحقوق: إن مفهوم المواطنة يتضمن حقوقًا يتمتع بها جميع المواطنين وهي في نفس الوقت واجبات على الدولة والمجتمع، وبالتالي فإن معظم الدساتير في تحديدها لحقوق المواطن ترجع إلى مواثيق حقوق الإنسان وأهمها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عام ١٩٨٤ ٥٠٠.

١٥٤ محمد قاعور ومروان المعشر:التربية من اجل المواطنة في العالم العربي مفتاح المستقبل (بيروت: مركز كارينغي للشرق الاوسط، ٢٠١١)، ص٠٧.

^{100 -}بدرية معطار:البعد الاتصائي للحمعيت البيثية ومكانة المواطنة الايكولوحية،رسالة ماحسير (غير منشورة) في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال بيثي،جامعة الجزائس ٢٠٠١٣/٢٠١٢، ص٧٥

المبحث الثالث: المواطنة البيئية

المطلب الأول: مفهوم المواطنة البيثية

المواطنة البيئية هي العملية البنائية التكاملية، لمنطومة القيم والأفكار البيئية التي تنتج مخرجاتها السلوك البيئي.

حسب ماجاء في تعريف محند برقوق: «إن المواطنة العالمية هي من المصطلحات التي يروج لها انصار العولمة السياسية، التي تطرح كبديل للمواطنات الدولية، أي أن مسار العولمة السياسية بعملياتها المتشابكة على المستويات الخاصة بنشر قيم متجانسة ومنمطة لحقوق الإنسان ومؤسسات منمذجة متوافقة وأطروحات الديمقراطية، اقتصاد السوق والحكم الراشد، ويهدف هذا المنظور المعرفي ليس فقط لتحرير دور الدولة أو منطقها الوظيفي ولكن بالأساس لبناء كيان كوني على انقاض الدولة باسم إنسانية الإنسان والمصدر الإنساني للمواطنة وليس المصدر الدولي»101.

يتم الربط بين مستويات المواطنة بين مواطن الدولة والمواطن العالمي بطريقة تسمح بالمصالحة بين الحق وكرامة الإنسان، بين سيادة الشعوب وتآزر كل ساكني كوكب الأرض، ذلك أن المواطنة العالمية تقتضي الاعتراف بالآخر كآخر، وتتلخص مواصفات المواطنة العالمية على النحو الآتي:

- ١- الاعتراف بوجود ثقافات مختلفة
- ٢- الاعتراف بوجود ديانات مختلفة
 - ٣-فهم اقتصادات العالم
 - ٤-احترام حق الغير وحريته
 - ٥- الاهتمام بالشئون الدولية
- ٦- المشاركة في تشجيع السلام الدولي ١٥٠

١٥٦ بدرية معطار:مرجع سابق،ص٧٦.

١٥٧-بدرية معطار:مرجع سابق،ص٧٥

يحدد جون جوري صور المواطنة العالمية في:

- ١- المواطنة الأيكولوجية-البيئية-: تتعلق بحقوق والتزامات مواطن الأرض وهي مفهوم حديث استخدم لأول مرة في مؤهر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية قمة الأرض بريو ديجانرو١٩٩٢.
 - ٢- مواطنة الأقلية :وهي التي تتضمن حقوق الدخول في مجتمع ما والبقاء فيه.
- ٣- المواطنة الكسموبوليتانية :وهي التي تعنى بتنمية اتجاهات وقيم أعضاء المجتمع البشري
 رغم اختلاف الثقافات البشرية.
- ٤- المواطنـة المتحركـة: وهـي التي تعني بالحقوق والمسـؤليات لـزوار الأماكن والثقافـات الأخرى ١٥٠

يرى دوبسن Dobson أن المواطنة الأيكولوجية هي شكل من أشكال المواطنة العالمية الكسموبوليتانية التي تقر بأن أفراد المجتمع الإنساني العالمي لديهم أهداف مشتركة في مواجهة التحديات البيئية العالمية، كما يعقب المفكر الألماني أولريش بك (Ulrich Beck)، أن الفكرة الرئيسية التي يتم من خلالها، رصد ملامح مجتمع المواطنة الأيكولوجية، تفسر في ضوء الحداثة الثانية التي تتميز بجموعة من المؤشرات تتمثل في تقنية الإعلام القائمة على العلم، العولمة، الفردية والأزمات البيئية «100

يضيف دوبسن أن تحقيق المواطنة الأيكولوجية يتطلب عملية دمقراطة واسعة تمس كافة المستويات من أدناها إلى أعلاها للأنظمة السياسية حتى تتمكن من التكيف مع تطور التجانس القيمي العالمي الذي يهدف إلى وضع التحديات المحلية كونية والقيم العالمية محلية "".

المواطنة الأيكولوجية ترتكز أساسًا على الحقوق والتزامات مواطن الأرض، وتتجلى مظاهرها من المستوى المحلي اإلى المستوى العالمي، حيث يكون للمواطنة الإيكولوجية المستويان الاتيان:

١٥٨ حمدي مهران المواطنة والمواطن في الفكر السياسي؛ دراسة تحليلية نقدية (مصر: دار الوفاء لدنا الطباعة والنشر،٢٠١٢) ص٦٢.

١٥٩-بدرية معطار:مرجع سابق،ص٧٦.

۱۹۰-حمدی مهران:مرجع سابق،ص۱۳۰

المستوى الأول: العلاقة بين الفرد المواطن ووسطه المحلى.

المستوى الثاني: العلاقة بين الفرد المواطن ووسطه الإنساني العالمي غير مقيد بالحيز المكاني والزماني."١

١٦١-نسرين عبد الحميد نبيه:مرجع سابق،ص١٥٢.

المطلب الثاني: اهداف المواطنة البيئية.

تهدف المواطنة البيئية بصفة عامة إلى غرس مجموعة من القيم والمبادئ والمثل لدى أفراد المجتمع، لتحسيسهم بالمشاركة الفعالة والنشطة في كافة قضايا البيئة ومشكلاتها، وبذلك يتطور مفهوم المواطنة، ويصبح له مدلول أشمل يتعدى كون الإنسان مواطنًا داخل وطنه فقط التي كونه عضوًا نشيطًا وفاعلًا وسط المجتمع البشري ككل، أي أن عليه واجبات تجاه العالم كله مثلما له واجبات نحو وطنه، بالتالي يصير مواطن ذو صبغة عالمية يحمل على عاتقه مسؤولية أوسع نطاقًا نحو بيئته ككل، وبذلك يصبح مفهوم المواطنة البيئية والسلوك البيئي الصحيح ضرورة وجودية لبقاء الإنسان وليس مجرد رغبة أو شعار، له أن يختاره أو يرفضه، وفي هذا الإطار تم تبني وثيقة المواطنة الأيكولوجية التي طرحها برنامج الأمم المتحدة لدول غرب أسيا والذي أعلن عليها رسميًا في منتدى الجمعيات الأهلية العربية في سبتمبر ٢٠٠١ منب

تتمثل أسس بناء المواطنة البيئية من خلال تحديد الأهداف الرئيسة لتحقيق برامج ومشاريع المواطنة البيئية التي تتمثل في الآتي

- ١- تصحيح المفاهيم البينية السائدة لـدى المواطنين وتعديل المعتقدات والأفكار البينية الخاطئة، ومعالجة أساس المشاكل للسلوكيات السلبية الناجمة عن غياب مفهوم المواطنة البيئية.
- ٢- إكساب المواطنين المهارات والآليات السليمة والمفيدة والصحيحة التي تساهم في المحافظة
 والإصلاح البيئي من أجل التنمية المستدامة .
 - ٣- تحسين السلوك البيئي المتبع في الحياة العامة أثناء التعامل مع البيئة.
- ٤- السعي إلى تجنب الأضرار البيئية قبل نشوئها والمطالبة بإثبات عدم وجود أضرار بعيدة
 المدى للأنشطة البيئية المقترصة.
- ٥- الإسهام في رفع مستوى المعرفة والثقافة البيئية العامة للأفراد لتحفيزهم على المشاركة في
 اتخاذ القرارات ووضع الحلول المعنية بالشئون البيئية والتنموية.
- ٦- تبادل الخبرات بين المنظمات الحكومية وغير الحكومية وبين اللجنة الخاصة ببرنامج
 المواطنة البيئية التابع إلى برنامج الأمم المتحدة للبيئة لدول غرب أسيا".

١٦٢ ورج هاني عبد الستار:التربية والمواطنة،دراسة تحليلية،(مجلة مستقبل التربية العربية،المجلد ١٠،عدد٣٥) ١٦٣-بدرية معطار :مرجع سابق،ص٧٨.

المطلب الثالث: مؤشرات المواطنة البيئية

تتمثل مؤشرات المواطنة البيئية في عناصر التربية البيئية التي تستهدف بناء وتنمية العناصر التالية: المعرفة البيئية، التنور البيئي، الإدراك البيئي، الوعي البيئي والسلوك البيئي، تعد هذه المؤشرات هي العناصر الاساسية المستهدف تنميتها وتعديلها وتغييرها لدى المواطنين، ومن خلالها يمكن بناء الأخلاق البيئية الحاثة على عقد سلام مع البيئة، إلى جانب كونها مؤشرات مهمة تساعد على تكوين المسئولية البيئية والتعامل مع البيئة بشكل عقلاني، وهي مؤشرات مهمة تمثل الشروط الأساسية المحركة لسلوك الإنسان وأخلاقه البيئية.

المبحث الرابع :البيئة بين القانون والأخلاق المطلب الأول : النص القانوني للسئة

تسمى أيضًا الإصحاح البيئي، وهي تعني الأساسيات التي تؤدي إلى اكتمال صحة الإنسان بدنيًا، عقليًا، نفسيًا واجتماعًا ومن أساسيات صحة البيئة مايلي:

١-مياه الشرب النقية الخالية من مسببات الأمراض والمواد السامة.

٢-وسائل التخلص من الفضلات الأدمية صحيًّا، مثل: شبكات الصرف الصحى.

٣-وسائل التخلص من القمامة.

٤-المسكن الصحى الحد من تلوث البيئة من هواء وماء وخلافه.

٥-مكافحة ناقلات الأمراض من حشرات وقوارض.

٦-سلامة الطعام والشراب٢٠٠.

إن حق الإنسان في التمتع بمحيط بيئي صحي وملائم أدى إلى ضرورة إفراز نص قانوني يتضمن مفهوم البيئة في إطار منظومة حقوق الإنسان، وتبنى ذلك مؤتمر استكهولم الأممي حول البيئة سنة ١٩٧٢، والذي جاء في ديباجته إن البيئة وبعنصريها الطبيعي والاصطناعي هي الفضاء الضروري والحيوي لتمتع الإنسان بكامل حقوقه المقررة له، ومنها بالأخص الحق في المحياة، لينص بعد ذلك وبصياغة قانونية صريحة في المبدأ الأول منه على أن :(الإنسان حق أساسي في الحرية وفي المساواة، وفي ظروف حياة مرضية، في بيئة ذات نوعية تسمح له بالعيش في كرامة ورفاهية) "، لم تتوقف مبادىء إعلان استكهولم عند مجرد الإقرار بمفهوم الحق في بيئة صحية وملائمة بل تعدته إلى تبني الأليات والضمانات الكفيلة باحترامه والتمتع الفعلي به "".

١٦٤-حسين نجم:البيئة والانسان دراسة في أيكولوجيا البشرية(الكويت،١٩٨٤)ص ص ٢٠٤٠.

١٦٥ كريم بـركات :مسـاهمة المحتع المـدني في حماية البيئة، اطروحة دكتورا(غير منشـورة) في القانـون والعلـوم السياسـية،تخصص: القانـون، جامعة تيـزى وزو،الجزائـر،٢٠١٤/٠١٣،ص١٤٠

١٦٦-عامر طراف :مرجع سابق،ص١٤٢.

المطلب الثاني: تطبيقات القانون البيثي

ان قدرة الانسان ككائن مدرك ومميز على استغلال عناصر المحيط البيني تحقيقا لمتطلباته المادية، لا يجب ان يتم الا في اطار من الاحترام التام لهاته العناصر الطبيعية، ومراعاة خصوصياتها وحيويتها بالنسبة لحياة الانسان، وهو ما يعبر في جوهره عن فكرة البيئة السليمة كحق إنساني ضمن المنظومة الدولية لحقوق الإنسان. "أويتحقق ذلك من خلال اعتماد مجموعة من الإجراءات والأليات كالحق في الإعلام البيئي -المعلومة البيئية-، حق المشاركة في اتخاذ القرارات المتعلقة بالبيئة والحق في التقاضي، وهي في مجملها مبادى ومرتكزات أساسية في الانفاذ الفعلي والميداني لمفهوم الحق في البيئة التوالت الجهود الدولية نحو الترجمة الفعلية لهذه المبادىء وإعطائها صفة القواعد القانونية الملزمة على غرار باقي حقوق الانسان الاخرى، إذ وفي شهر مايو من سنة ١٩٨٢ تبنى إعلان نيروبي الإممي مبادىء ومضامين مؤةر استكهوم كقاعدة أساسية لجميع أعمال وجهود المجتمع الدولي المستقبلية في مجال حماية البيئة، وهو التوجه الذي تجسدت تطبيقاته الميدانية سريعًا بصدور الميثاق العالمي للطبيعة في ٢٨ اكتوبر ١٩٨٨ الذي أكد صراحة على مختلف المبادىء التي صاغها إعلان استكهول، حيث ورد في ديباجته الإقرار التام باستقلالية البيئة كمجال حيوي لمعيشة الإنسان عن أى تعبة مادية لهذا الأخبر " ''

١٦٧ -راتب السعود:الانسان والبيئة(عمان:دار حامد للنشر والتوزيع،ط١٠٢٠٠١)،ص٢١٦.

۱٦٨-کريم برکات :مرجع سابق،ص٩٤.

١٦٩-ركريا طاحون :احلاقيات البيئة وحماقات الحروب (القاهرة:دار الوفاء للطباعة والنشر،ط١،٢٠٠٢)ص٥٨

المطلب الثالث: الأخلاق البيئية

تعرف الأخلاق فلسفيًا بأنها التمييز بين المسلك الاجتماعي والمسلك المضاد للمجتمع أما التعريف الأيكولوجي للأخلاق فهو يعني بعض الضوابط التي تحكم حرية الإنسان في كفاحه من أجل البقاء، وهي تعني القواعد السلوكية التي يرتضيها المتخصصون في البيئة للسير على منوالها في المواقف البيئية المختلفة بهدف تعامل أفضل مع البيئة "".

تهتم أخلاقيات البيئة بأن ياخذ الإنسان ويعطي فإذا أعتنى بالبيئة وصانها مدته متطلبات حياته وهذا يتطلب منه أن يكون صديقًا للبيئة لا مستنزقًا لها، ومطبقًا للأخلاق المبنية على العدالة الاجتماعية مع جميع الأفراد والجماعات، وموفقًا بين عام الطبيعة وعالم المبنية على العدالة الاجتماعية مع جميع الأفراد والجماعات، وموفقًا بين عام الطبيعة وعالم المجتمع والتكنولوجيا من خلال فلسفة الأرض الواحدة أن أن أخلاقيات البيئة لا تمنع الإنسان من استخدام موارد البيئة بمظاهرها المتلفة ولكنها تعطي الحق لهذه الموارد في أن تواصل جهودها في حالة طبيعية، وبذلك تحول الإنسان من قاهر للطبيعة إلى مواطن وعضو في مجتمعها، وأكثر ما يفوق نمو أخلاقيات البيئة تغير نظرتنا إلى الأرض وما عليها من كاثنات "". وهو أن نظمنا الاقتصادية والتعليمية لا تساعد على عمق وعينا بها، ذلك يعني أنه لابد أن يصبح التلوث جزءًا أساسيًّا من كل أنشطتنا ومبادرتنا ونهونا الاقتصادي، فلابد أن يصبح التلوث وسلوكيات الإنسان إدراكًا متزايدًا، وإن منع التلوث يوفر المال وبحرور الوقت تدرك الأعمال وسلوكيات الإنسان إدراكًا متزايدًا، وإن منع التلوث يوفر المال وبحرور الوقت سوف نأخذ المبدأ الإخلاقي لمنع التلوث في بنية المجتمع ويصبح جزءًا متممًا لطريقتنا في الحياة، أي أنه لابد من العودة إلى أخلاقيات البيئة"".

بدأ يسود اتجاه في العالم لأن لايقف عند حد التشريعات أو القوانين للمحافظة على البيئة بل يتعداها إلى الجوانب الاجتماعية والأخلاقية والجمالية للبيئة، وتعد

۱۷۰ صياء الديـن سردار :نحـو نظريـة إسـلامية عـن البيئـة: (مجلـة المسـلم المعاصر،المحلد١٥،العـدد٩٩،١٩٩)ص ص٨٨٩٤.

۱۷۱-زکریا طاحون :مرجع سابق،ص۵۸.

١٧٢-عبد الحليل إبراهيم:البيثة والتنمية (القاهرة:دار المعارف،ط١)،ص٢٦.

۱۷۳-ريـن الديـن عبـد المقصود:قضايـا بيئيـة معاصرة: المواحهـة بـين الإنسـان وبيئته (الكويـت:دار البحـوث العلمبـة،ط،۲۹۹۸)، ص ۲۹.

الأخلاق البيئية نتاجًا لتعاظم التأثير الديني للأخلاق في تعامل الإنسان مع الآخر أولًا وتعاظم الديمقراطية كأخلاق تحكم علاقة الفرد بالمجتمع ثانيًا وتزايد العلاقات الأخلاقية بين الناس و بيئاتهم ثالثاً ١٠٠٠.

۱۷٤- زکریا طاحون :مرجع سابق،ص٦٣.

المبحث الخامس: أهمية التحسيس البيئي وآليات ترسيخه

تقوم عملية التحسيس وبالأساس على ترجمة المعارف والمدارك الإنسانية المكتسبة بالتربية والتثقيف إلى سلوكيات وتصرفات مؤثر في حماية هذا المحيط والمحافظة على مقومات وأسس استدامته وحمل السعى برامج التحسيس والتوعية البيئية وعلى اختلاف صورها ومستوياتها إلى بناء وتكوين أفراد واعيين ومتفاعلين مع قضايا المحيط البيئي الذي يعيشون فيه، وبشكل مستمر ومتواصل يجعل من الاهتمام بالبيئة سلوكًا عامًا يعبر عن فعالية الفرد وإسهامه في الصالح العام للمجتمع ككل، وذلك تحقيقًا لمفهوم المواطنة البيئية

المطلب الأول: أهمية التحسيس البيئي:

يأخذ الجانب التحسيسي والتوعوي وانطلاقا من أهدافه وتأثيراته العملية، بعدًا مركزيًا ضمن مختلف السياسات والجهود الإنسانية المعاصرة في مجال حماية المحيط البيئي، سواء كان ذلك في إطار الهيئات والبرامج الحكومية أو على مستوى قطاعات المجتمع الأخرى، ولا سيما قطاع المجتمع المدني باعتباره فاعلًا أساسيًّا في دعم مختلف هذه الجهود والتدابير، الموجهة نحو ضمان تعامل إنساني أكثر توافقًا وانسجامًا مع خصوصيات المحيط البيئي ومتطلبات استدامته والمحافظة عليه كإطار للعيش الإنساني المشترك وقد أكد إعلان ريو لسنة ١٩٩٧ بوصفه خارطة طريق لحماية البيئة على أهمية البعد التحسيسي والتوعوي في مختلف التدابير الموجهة لحماية البيئة، إذ نص المبدأ العاشر منه على ضرورة أن تعالي قضايا البيئة على أفضل وجه بمشاركة جميع المواطنيين المعنيين على المستوى المناسب، وتقوم الدول بتيسير وتشجيع توعية الجمهور ومشاركته عن طريق إتاحة المعلومات على نطاق واسع وتكفل فرص الوصول بفعالية إلى الإجراءات القضائية والإدراية وتجسيدًا لهذا المبدأ أولت العديد من الاتفاقيات والنصوص الدولية لحماية البيئة فيما بعد، أي بعد م١٩٩٢، أهمية كبيرة للبعد التوعوي والتحسيسي ضمن مضامنيها الأساسية، بعد، أي بعد م١٩٩١، أهمية كبيرة للبعد التوعوي والتحسيسي ضمن مضامنيها الأساسية، على اعتباره القاعدة الصابة لضمان الانقاذ الفعلي لمختلف تدابيرها وأحكامها وتحقيق

۱۷۵ إبراهيم عصمت مطاوع:التربية البيئية في الوطن العربي (القاهرم؛مصر دار الفكر العربي،ط١٠١٩٩٥)ص١٧٠. ١٧٦-كريم بركات :مرجع سابق،ص٩٦.

١٧٧-الطاهر لبيب وآحرون :المجتمع المدني (تونس؛صفاقس،دار صامد للنشر والتوزيع،١٩٨١)،ص١٣٠

تجاوب جماهيري فعلي معها، اذ نصت اتفاقية الآمم المتحدة الإطارية بشان تغير المناخ في المادة ٦٠ منها الفقرة أعلى ضرورة اعتماد دول الاتفاقية لبرامج تعليمية وتوعوية عامة في كل مايتعلق بموضوع التغير المناخي وتأثيراته، وهو الأمر نفسه الذي أكدت عليه اتفاقية الأمم المتحدة بشأن التنوع البيولوجي، والتي اعتبرت العمل على تعزيز وسائل التوعية والتفهم الجماهيري، والعمل على تعزيز التعاون والجهود الدولية في هذا المجال "١٠. يسهم تحسيس الأنسان بمدى تأثير البعد البيئي على مختلف جوانب حياته وضمان تمتعه بظروف معيشة عادية وكريمة في بناء فرد مدرك وواعي بمختلف القضايا المرتبطة بالمجال البيئي وتأثيراتها المباشرة على حياته الخاصة وحياة أفراد المجتمع ككل "١٠، وإذا كان الوعي الإنساني بصفة عامة يشمل المعرفة بحقائق المحيط البيئي وتأثيراتها على حياة الفرد والجماعة، فإن التطبيق العملي لمفهوم التحسيس أو التوعية ينصرف للتعبير عن تفاعل الإنسان الإيجابي مع كل قضايا المحيط البيئي الذي يعيش فيه ١٠، وبشكل يجعل من عملية التربية والتثقيف البيئي".

إن الاهتمام بالبيئة ينبغي أن يقترن بالاهتمام بالفعل الإنساني والمتغيرات المختلفة التي تؤثر في توجيه هذا الفعل توجيها يسهم في أن يهتم الإنسان ببيئته ويحافظ عليها ويحميها ويحمي نفسه من المخاطر حيث إن السلوك الإنساني الإيجابي اتجاه البيئة يسهم في المحافظة عليها ولتحقيق ذلك ينبغي توضيح العلاقة بين الإنسان والبيئة حتى يمكن ايجاد توازن ديناميكي بينهما:

وذلك من خلال مراعاة الاعتبارات الاتية:

الإنسان أحد أهم مكونات النظام البيئي

يعتمد الإنسان في بقائه على النظام البيئي

إن الإنسان أقدر الكاثنات الحية على تغيير الأنظمة البيئية ١٨٠

۱۷۸- کریم برکات:مرجع سابق،ص۱٦٠-۱٦١.

١٧٩ محمد محفوظ:الحرية والإصلاح في العالم العربي(بيروت:الدار العربية للعلوم،٢٠٠٥)ص٨١.

١٨٠-الجَضرِي محسن أحمد:السياحة البيئية(مصر:مجموعة النيل العربية،٢٠٠٥،ص٥٥-٥٦

١٨١ محمد إبراهيم عبيدات التسويق الاجتماعي؛ البيئي والأحضر (عمان:دار واثل للنشر والتوزيع،٢٠١١)،ص٣٤.

۱۸۲- هاینی ستیفن:مرجع سابق،ص۱۹۸

المطلب الثاني: دور عملية التحسيس في حماية البيئة

يشمل اهتمام التنظيمات البيئية بمجال التوعية والتحسيس البيئي ومن خلال ما يبرزه واقعها الميداني، مستوين أو مجالين أساسين بهثل المستوى الأول التوعية البيئية العامة التي تستهدف مختلف أفراد المجتمع وفئاته ومن دون تحديد، بينما يختص المستوى الثاني بفئات وقطاعات معينة وذلك بالنظر لخصوصيات تأثيراتها المباشرة على المحيط البيئي مقارنة بقطاعات أو فئات أخرى، إذ يعكس هذا التعدد في مستويات الأنشطة التوعوية والتحسيسية لقطاع المجتمع المدني مدى الأهمية والمركزية التي توليها التنظيمات البيئية لعملية التوعية بإعتبارها القاعدة الأساسية التي يتوقف عليها نجاح وإنقاذ مختلف استراتيجياتها العملية في مجال تخصصها البيئي".

أولًا -التوعية البيئية العامة:

تستهدف برامج التوعية والتحسيس العام أفراد المجتمع ككل، بغض النظر عن اختلاف مستوياتهم التعليمية ومراكزهم الاجتماعية وفئاتهم العمرية، كما تتاول هذه البرامج العامة القضايا والمواضيع البيئية التي تشكل اهتماما إنسانيًّا مشتركًا لكل أفراد المجتمع، بغية تحقيق مستوى مقبول من الوعي الإنساني العام، الذي يضمن بناء مواطنيين واعيين ومدركين لتأثيرات سلوكياتهم اليومية على البيئة والمحيط الذي يعيشون فيه وعلى نحو يتحقق معهم مفهوم المواطنة البيئية، الهادف إلى جعل كل فرد في المجتمع متوافقًا في سلوكياته وتصرفاته مع مقتضيات حماية المحيط البيئي أذ تركز أنشطة التوعية العامة على المواضيع التي تمس بالسلوكيات والتصرفات المشتركة لأفراد المجتمع، وجعلها أكثر توافق وانسجام مع متطلبات المحافظة على المحيط البيئي، كطرق الاستهلاك ومعايير تصنيف المنتجات من حيث تأثيراتها على البيئة ومراعاة المنشآت والمرافق الإنسانية للبعد البيئي في انجازها وتنفيذها، وطرق التعامل الصحيحة مع المخلفات الإنسانية المتنوعة والتحكم في سلوكيات الإنسان وتأثيراتها المباشرة على المحيط البيئي ولا سيما في الحالات التي يتضاعف أو يتزايد فيها هذا التآثير، كالتظاهرات الإنسانية المختلفة الأبعاد ثقافية، فنية، ترفيهية، رياضية يتزايد فيها هذا التآثير، كالتظاهرات الإنسانية المختلفة الأبعاد ثقافية، فنية، ترفيهية، رياضية

۱۸۳-کریم برکات:مرجع سابق،ص۱٦٣

١٨٤-المرجع نفسه، ص١٦٣.

وسياحية ولا يتوقف اسهام برامج التوعية العامة عند مجرد تحسيس الأفراد ولفت نظرهم لخرورة توافق سلوكياتهم وأنشطتهم اليومية مع متطلبات حماية المحيط البيئي، بل عتد ذلك إلى العمل على تكوين رأي عام أو جبهة اجتماعية مجندة للتحرك الميداني في كل مايتعلق بقضايا البيئة، وتكريس نوع من الرقابة والمتابعة الجماهيرية التي تتعدى مجال المراقبة الذاتية والشخصية لتصرفات وسلوكيات الفرد في علاقته مع البيئة، إلى مراقبته لمختلف البرامج والسياسات الإنسانية ومدى تآثيرها على المحيط البيئي ٨٠٠٠. يندرح ضمنها مايلى:

أ- الثقافة السئية:

يعتبر مصطلح الثقافة البيئية من المصطلحات الحديثة التي برزت من خلال الاهتمام بقضايا البيئة والتي تعمل على نشر الوعي البيئي أو التحسيس بقضايا البيئة كمدخل أساسي لإدراك مخاطر التلوث، وكذا لتغيير السلوكيات والذهنيات للاهتمام أكثر بهذه القضايا. فقضية الوعي البيئي ترتبط أشد الارتباط بالثقافة بمفهومها الواسع عند علماء الأنثربولوجيا، بوصف هذا الوعي جزء من الثقافة السائدة التي تعمل كموجه عام لسلوك الإنسان آلا. وبالتالي فإن الوعي البيئي هو الإحساس بالمسئولية، وإدراك كيفية التعامل مع البيئة وصيانتها من الأخطار التي تتهددها. والوعي البيئي يشير إلى درجة الإدراك على المستوين الفردي والمجتمعي لأهمية المحافظة على البيئة وحمايتها، والتعامل معها، دون الجور عليها لتطويعها من أجل تحقيق غايات فردية سريعة للإنسان في المدى القصير الحو بالبيئة أضرارًا على المدى الطويل\" وهو يعني تحسيس الأفراد بأهمية الحفاظ على البيئة، والتعامل معها بعقلانية من خلال تدعيم دور المؤسسات التربوية والإعلامية، وكذا الجمعيات البيئية التي تعمل على رفع المستوى الثقافي وتنمية الوعي لديهم للمشاركة بغماية في تحسين البيئية التي تعمل على رفع المستوى الثقافي وتنمية الوعي لديهم للمشاركة بغماية في تحسين البيئية التي تعمل على رفع المستوى الثقافي وتنمية الوعي لديهم للمشاركة بغماية في تحسين البيئية التي تعمل على رفع المستوى الثقافي وتنمية الوعي لديهم للمشاركة

وتعرف بأنها: «عبارة عن نوع من التعليم غير النظامي -غير المدرسي، يستهدف خلق الوعبي البيئي أو التوعية البيئية وخلق رأي عام واع بقضايا البيئة، وذلك من خلال الدعوة إلى إقامة الندوات، والمعارض البيئية، ويوم الشجرة، وتكوين الأحزاب

١٨٥ الطائي اياد عاشور ومحسن عبيد على:التربية البيئية(بيروت:المؤسة الحديثة للكتاب،ط١٠٢٠١)ص١٨٨ الطائي اياد عبد الفتاح عفيفي:مرجع سابق،٢١٧ .

۱۸۷-مرجع نفسه، ص۲۲۲.

السياسية لأنصار حماية البيئة -الأحزاب والخضراء -وإصدار النشرات وإعداد البرامج الإعلامية في الاذاعة، التلفزيون، الصحف لنشر الوعي البيئي، وانشاء الجمعيات العلمية لحماية البيئة، وصون الطبيعة، وأصدقاء الأرض، وغيها من المسميات "بتعبير آخر فإن الثقافة البيئية هي عبارة عن تعليم غير رسمي يهدف إلى غرس قيم الحفاظ على البيئة، من خلال تحسيس الأفراد والمجتمع بأهمية البيئية كجزء لا ينفصل عن الانسان والثقافة. قد أشار «روكاستل» (Rokesstel) بأن الثقافة البيئية هي «فهم أساسيات التفاعل بين الإنسان والبيئة بمكوناتها الحية وغير الحية، بحيث يتضمن هذا التفاعل الأخذ والعطاء بين الإنسان والنبات والحيوان" بعنى آخر إن الثقافة البيئية تتطلب من الإنسان التفاعل إيجابيًا في التعامل مع البيئة الطبيعية من خلال امتلاك الحس والمسئولية اتجاه حل المشكلات في التعليم غير الرسمي، بينما تركز التربية على البيئة وصيانتها. «الثقافة البيئية تركز على جوانب التعليم غير الرسمي، بينما تركز التربية على التعليم النظامي أو الرسمي، لهذا فإن الثقافة البيئية تمتد عبر مراحل العمر المختلفة، بينما تقتصر التربية البيئية على مراحل الإعداد البيئية تمتد عبر مراحل العمر المختلفة، بينما تقتصر التربية البيئية على مراحل الإعداد العلمي في سنوات الدراسة الرسمية» "".

إن الثقافة البيئية تختلف عن التربية البيئية في كونها عملية تربوية مستمرة، أي تجعل من قضية الحفاظ على البيئة مسالة مهمة لا ترتبط بيوم أو سنة، بل ترتبط بكل مراحل العمر من خلال التعليم غير الرسمي الذي يهدف إلى التحسيس، التوعية، التثقيف البيئي، وكذا نشر الأخلاق البيئية في المجتمع.

«يقصد بالوعي البيئي تحسيس الأفراد بأهمية الحفاظ على البيئة، والتعامل معها بعقلانية من خلال تدعيم دور المؤسسات التربوية والإعلامية، وكذا الجمعيات البيئية التي تعمل على رفع المستوى الثقافي وتنمية الوعي لديهم للمشاركة بفعالية في تحسين البيئة وحمانتها من التلوث» (١١

۱۸۸-مرجع نفسه ص ۲۲۷-۲۲۸.

۱۸۹ تشارلز روث:الثقافة البيئية حذورها وتطورها واتجهاتها في التسعينات،ترجمة عبد الله حطايبة،هديل محمد الفيصل، (دمشق :محلة التعريب،المركز العربي للتعريب والترحمة والتاليف،العدد١٥٥،حويلية١٩٩٨).ص١٤٣. عبد الفتاح عفيفي:مرجع سابق، ٢٢٠٠.

١٩١-عصام توفيق الأنشطة المدرسية والوعبي البيئي الأطر النظرية والأدوار البيئية والتجارب الدولية (القاهرة:دار السحاب،ط١٠٥-١٠١) ص٧٦.

ب-التربية البيئية:

والتربية البيئية باختصار هي الجانب من التربية الذي يساعد الناس على العيش بنجاح على كوكب الأرض، وهو ما يعرف بالمنحنى البيئي للتربية، كما تعرف التربية البيئية على أنها تعلم كيفية إدارة وتحسين العلاقات بين الإنسان وبيئته بشمولية وتعزيز، كما تعني التربية البيئية كذلك تعلم كيفية استخدام التقنيات الحديثة وزيادة إنتاجيتها وتجنب المخاطر البيئية وإزالة العطب البيئي القائم واتخاذ القرارات البيئية العقلانية. "أوالتربية البيئية ليست حديثة العهد، بل إن لها جذورها القدية في ثقافات الشعوب، وغة رأي يرجع نشأة التربية البيئية إلى القرن التاسع عشر، من خلال ربط التربية بالطبيعة، وتلقي الأديان السماوية على عاتق الإنسان مسئولية استثمار الطبيعة والعناية بها، وهي تعتبر أن سوء إدارة الطبيعة إلها كبيرًا شأنه في ذلك كشأن الخطايا الأخلاقية، كما أن الحساسية تجاه الطبيعة تعتبر فضيلة أخلاقية أساسية "".

١-أهداف التربية البيئية:

على الرغم من أن للتربية البيئية أصولها القديمة إلا أنها اكتسبت أهمية خاصة منذ السبعينات من القرن العشرين نتيجة لحدوث وعي بالمشكلات البيئية الكبرى التي بدأت تؤثر بعمق في نوعية الحياة البشرية، وتهدد مستقبل الأجيال مثل الانفجار السكاني، والتلوث، واستنزاف الموارد الطبيعية إذ انطلقت التربية البيئية من اعتراف مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة البشرية، الذي انعقد في استوكهولم/السويد، عام ١٩٧٧، بدور التربية كركن من أركان المحافظة على البيئة، فأصدر ذلك المؤتمر التوصية رقم (٩٦) التي دعت اليونسكو خاصة، ووكالات الأمم المتحدة الأخرى عامة، إلى اتخاذ التدابير اللازمة لبرنامج جامع لعدة فروع علمية للتربية البيئية، في المدرسة وخارجها، من حيث الاهتمام بالبيئة وحمايتها ويوجه لجميع قطاعات السكان. وكانت هذه التوصية أساسًا ومنطلقًا ومبدأ هاديًا استندت إليه اليونسكو في تحديد الأهداف الخمسة التالية للبرنامج الدولي للتربية البيئية الذي ترعاه اليونسكو في تحديد الأهما المتحدة للبيئة على المتعاون مع برنامج الأمم المتحدة للبيئة على المتعاون مع برنامج المتحدة للبيئة المتابع المتحدة المتابعة المتابعة المتابعة المتحدة المتحدة المتابعة المتابعة المتابعة المتابعة المتابعة المتابعة المتابعة المتابعة المتحدة المتحدة المتحدة المتحدة المتحدة المتابعة المتحدة المتحددة المتحدة المتحدة المتحددة المتحددة المتحدد المتحددة المتحددة المتحددة المتحددة المتحددة المتحدد المتحددة المتحددة المتحددة المتحدد المتحددة المتحددة المتحددة المتحددة المتحددة المتحددة المتحدد المتحدد الأهمة المتحددة المتحدد المتحدد المتحددة المتحدد المتحدد المتحددة المتحددة المتحددة المتحدد المتح

۱۹۲-تشارلز روث:مرحع سابق،ص۱۵۰.

۱۹۲-ابراهیم عصمت مطاوع:مرجع سابق،ص۹۹.

١٩٤ الاحمد حسين النقاني وفارعة حسن محمد التربية البيئية واجب ومسؤولية (مصر عالم الكتب،ط١٠٩٩٩) ٣٨٠٠

- ١- تشجيع تبادل الأفكار والمعلومات والخبرات المتصلة بالتربية البيئية بين دول العالم وأقاليمه المختلفة.
- ٢- تشجيع تطوير نشاطات البحوث المؤدية إلى فهم أفضل لأهداف التربية البيئية ومادتها
 وأساليبها، وتنسيق هذه النشاطات.
 - ٣- تشجيع تطوير مناهج تعليمية وبرامج في حقل التربية البيئية وتقويهها.
- ٤- تشجيع تدريب وإعادة القادة المسؤولين عن التربية البيئية مثل المخططين والباحثين
 والإداريين التربويين.
 - توفير المعونة الفنية للدول الأعضاء لتطوير برامج في التربية البيئية.

وقد سرت إثر مؤة ستوكهوا، موجة اهتمام عارمة بالتربية البيئية، وقشل ذلك بالمؤة رات والندوات التي انعقدت في مختلف مناطق العالم من أجل وضع أسس لبرامج التربية البيئية في التعليم النظامي والتعليم غير النظامي، وكان ميثاق بلغراد/يوغوسلافيا، الذي صدر عن المشغل الدولي للتربية البيئية عام ١٩٧٥م، عثابة إطار شامل حدد أسس العمل في مجال التربية البيئية، مؤكدًا على أن هذا المجال يهدف إلى تطوير عالم يكون العمل في مجال التربية البيئية، مؤكدًا على أن هذا المجال يهدف إلى تطوير عالم يكون سكانه أكثر وعيّا بالبيئة واهتمامًا عشكلاتها، ويمتلكون من المعارف والمهارات والمواقف والالتزام بالعمل، فرادى وجماعات، ما يلزم لحل المشكلات القائمة وتجنب حدوث مشكلات جديدة ألى نظمته اليونسكو بالتعاون مع برنامج الأمم المتحدة للبيئة في مدينة تبليسي عاصمة جمهورية جورجيا عام ١٩٧٧م، إذ أكد ذلك الإعلان على أن التربية البيئية ترمي بشكل أساسي إلى تعريف الأفراد والجماعات بطبيعة البيئية بشقيها الطبيعي والمشيد، الناتجة عن أساسي إلى تعريف الأفراد والجماعات بطبيعة والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وكذلك احتساب المعارف والقيم والمواقف والمهارات التي تساعدهم على المساهمة المسئولة والفعالة في بلورة المعارف والقيم والمواقف والمهارات التي تساعدهم على المساهمة المسئولة والفعالة في بلورة المعارف والقيم والمواقف والمهارات التي تساعدهم على المساهمة المسئولة والفعالة في بلورة

١٩٥ نظمية أحمد سرحان:منهاج الحدمة الاجتماعية لحماية البيئة من التلوث (مصر؛القاهرة دار الفكر العربي،١٣٥)، ص١٣١.

حل المشكلات الاجتماعية وتدبير أمور نوعية الحياة في البيئة "أ.وقد انطلقت برامج التربية البيئية عملًا بتوصيات مؤةر تبليسي بحماس شديد، فظهرت النشرات والمجلات المتخصصة، وعقدت الندوات والمؤةرات الوطنية والإقليمية والدولية، ونظمت برامج لتدريب المعلمين والقيادين والمخططين والإعلاميين، وأدخلت في المناهج الدراسية مفاهيم بيئية".

ثانيًّا: التوعية البيئية المتخصصة

موآزة مع برامج التوعية العامة الموجهة لمختلف فئات ومكونات المجتمع تركز بعض التنظيمات المدنية جهودها في هذا المجال وبشكل خاص نحو فئات محددة أو خاصة بالنظر لطبيعة علاقتها بمجال البيئة وتأثيرها المباشر عليه، إذ تستهدف هذه الأنشطة التوعوية الخاصة ويمكن القول أنها متخصصة أفراد وجماعات محددة كمسئولي القطاعات والشركات الاقتصادية وذلك لما لأنشطتهم من تأثير كبير ومباشر على المحيط البيئي، إذ تبادر العديد من التنظيمات المدنية إلى تبني برامج تحسيس مخصصة لأرباب العمل ومسئولي هذه الشركات، لتوعيتهم بخطورة تأثير أنشطتهم على المحيط البيئي وضرورة الإلتزام بالتدابير الإجرائية والقانونية المعمول بها، وهي الجهود التي كان لها الأثر الميداني في توجيه العديد من سلوكيات وسياسات هذه الشركات وفقًا لفكرة المؤسسات أو الشركات الصناعية البيئية أو الشركات الضغراء ".

كما تستهدف برامج التوعية الخاصة المسئولين الحكوميين وأصحاب القرار على مستوى الهيئات التنفيذية أو الهيئات المنتجة، بإعتبارهم أكثر الفئات تأثيرًا في تنفيذ السياسات المتعلقة بحماية المحيط البيئي، وذلك بالنظر إلى تأثير المراكز التي يحتلونها في ضمان تكريس البعد البيئي ضمن مختلف البرامج والتدابير العامة".

١٩٦ صالح وهبي وابتسام درويش:التربية البيئية وأفاقها المستقبلية(دمشق:ط٣٠٠٠٣)،ص١١

١٩٧-راتب السعود:مرجع سابق،ص٢١٦.

۱۹۸-کریم برکات:مرجع سابق،ص۱٦٤.

١٩٩-فريحات احمد حسين:التربية البيئية (الأردن:دار المملكة للنشر والتوزيع،ط٠١٠٢٠)ص٣٣.

أ- الإعلام البيثي:

إن الإعلام البيئي تعبير مركب من مفهومين عريضين هما الإعلام والبيئة ويعتبر الإعلام أحد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة، حيث يتوقف إيجاد الوعي البيئي واكتساب المعرفة اللازمين لتغيير الاتجاهات والنوايا نحو القضايا البيئية على نقل المعلومات وعلى استعداد الجمهور نفسه ليكون أداة في التوعية لنشر القيم الجديدة أو الدعوة للتخلي عن سلوكيات قائمة "".

وهكذا يتضح أن أهم أهداف الإعلام البيئي هو تحقيق هذا الوعي وتنمية الحس بالبيئة لدى كل متلقي الرسالة الإعلامية البيئية حتى يصبحوا مواطنين فاعلين حقًا، ويكونوا من عوامل التنمية المستدامة المتواصل بمحافظتهم على البيئة، لا معاول هدم بما يحدثونه من أضرار وسوء استخدام للموارد الطبيعية في بيئتهم، وبكلمات أخرى فإن هدف الإعلام البيئي هو تنمية القدرات البيئية وحمايتها بما يتحقق معه تكييف وظيفي سليم اجتماعيًّا وحيويًّا للمواطنين، ينتج عنه ترشيد السلوك البيئي في تعامل الإنسان مع محيطه، وتحفيزه للمشاركة بمشروعات حماية البيئة والمحافظة على الموارد'''.

على أن مهمة الإعلام البيئي تتمثل في استخدام وسائل الإعلام جميعها لتوعية الإنسان، ومدّه بكل المعلومات التي من شأنها أن ترشد سلوكه، وترتقي به إلى مستوى المسئولية للمحافظة التلقائية على البيئة والعمل على تنمية قدراتها، وقد صنف الباحثون وسائل الإعلام في خمسة أصناف وهي:

- ١- وسائل الإعلام المقروءة: وتشمل الصحف والمجلات والكتب والملصقات
 - ٢- وسائل الإعلام المسموعة: وتشمل الإذاعة والتسجيلات
 - ٣- وسائل الإعلام المرثية: وتشمل التلفاز والإنرنت والسينما
- ٤- وسائل الاتصال الشخصي: كالمقابلات الشخصية والمحاضرات والندوات والخطب
 والاجتماعية والزيارات الميدانية.

٢٠٠ حـمال الديــن السـيد عــلي صالح الإعــلام البيئــي بــين النطريــة والتطبيق (مصر: مركــر الاســكندرية للكتــاب،ط٣٣٠)، ص٣٣٠.

٢٠١-عامر طراف: المسؤولية الدولية والمدنية في قضايا البيئة والتنية المستدامة (بيروت: المؤسسة الجامعة للدراسات والنشر والتوزيع، ط١٠٥٠١٠)، ص١٠٥٠١٠.

٥- المتاحف والمعارض وتجارب المشاهدات التوضيحية.

وتعتبر وسائل الإعلام بكافة أشكالها المصدر الرئيس للمعلومات حول البيئة، ولها أثر كبير في تشكيل الاهتمامات البيئية لدى مختلف قطاعات السكان، لذا يتعين على القطاع الإعلامي أن يتناول باستمرار قضايا البيئة المطروحة ٢٠٠٠.

وقد وضعت ندوة الإعلام البيئي التي عقدت في تونس للفترة من ١٩٨٧/١٠/١٠ والتي نظمتها الحكومة التونسية، والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة، التصور التالي للإسهامات الإعلامية في المحافظة على البيئة من جهة (الدور الوقائي) وفي التصدي للمشكلات البيئية الرئيسية الثلاث: الانفجار السكاني والتلوث واستنزاف الموارد البيئية من جهة أخرى (الدور العلاجي)، وذلك على النحو التالي:

- ١- تهيئة المناخ لتقبل الفرد تغيير عاداته وسلوكه البيئي التقليدي الذي غالبًا ما يكون ملوثًا للبيئة متلفًا لموارها المتجددة مستنزقًا لمواردها غير المتجددة.
- ٢- تخطيط الحملات الإعلامية التي تستهدف الجوانب البيئية الأكثر إلحاحًا في المجتمع،
 على أن يكون ذلك بشكل مستمر ومبرمج ومتعدد الجوانب.
- ٣- فتح الملف البحثي للبيئيين بدراسة واعية من قبل الإعلاميين، وتتبع هذه الأبحاث، ونشرها بعد أن تجري عليها معالجة إعلامية اتصالية فنية متفتحة وذات قيمة جمالية بالوسائل الإعلامية المتاحة "."
- إيجاد صيغة من التعاون المنتظم المستمر، وقنوات تغذية بالمعلومات بين مسؤولي
 الاعلام وأخصائي الأبحاث البيئية
- ٥- دعوة الجهات الإعلامية للتنسيق فيما بينها بشأن المعالجات الإعلامية للمادة والعلمية لتكون فعالة ومشوقة وفي قوالب ثقافية وفنية مفيدة ومشيرة للاهتمام وممتعة ومؤثرة ٢٠٠٠.

۲۰۲ دوجـلاس موسشیت ترجمـة بهاء شاهین:مبادیء التنمیـة المستدامة(القاهرة:الدار الدولیـة للاستثمارات الثقافیـة،ط۰۸٬۲۰۰۰)، ۳۸۰.

٢٠٣-جمال الدين السيد علي صالح:مرجع سابق،ص٩٦.

٢٠٤ سمير محمود:الإعلام العلمي الإعلام البيثي والاعلان الطبي(القاهرة:دار الفجر،ط١،٢٠٠٨)ص٤٥

وضع استراتيجية للإعلام البيئي والتحسيس البيئي يتطلب بناء إعلاء بيئي فعال ونشط تفعيل دور وسائل الإعلام المختلفة (المقروءة والمسموعة والمرئية والإلكترونية)، وتوجيهها بشكل صحيح، لكي تقوم بدورها في التوعية بالقضايا البيئية من خلال القيام عايأتي:

- ا- ضرورة الاهتمام بالوعي بقضايا البيئة من خلال الإنتاج الصحفي والإذاعي والتليفزيوني المشترك، وذلك بتوجيه الصحف كافة لنشر الوعي البيئي عبر مقالات وتحقيقات ورسوم وصور و إقامة البرامج الإذاعية والتليفزيونية التي تكشف الحقائق البيئية للمواطن.
- ۲- القيام بعقد مؤتمرات وندوات وورش عمل محلية ودولية حول البيئة، بإشراك مؤسسات التعليم العالي ومراكز البحث العلمي، بحيث ينتج عن ذلك إقرار مشاريع تخدم البيئة، فضلًا عن إقامة محاضرات متخصصة وندوات وحلقات بحث، لنشر التوعية في قضايا البيئة في مصر.
- ٣- وضع وتحديد مناهج دراسية للإعلام البيئي، خاصة في أقسام الإعلام في الجامعات،
 وعقد المزيد من الدورات وورش العمل.
 - ٤- حث المواطنين على زيارة المتاحف والمعارض وحدائق الحيوانات والمحميات الطبيعية.
 - ٥- دعوة الباحثين في العلوم الإنسانية والشرعية والكونية، للإسهام في حل قضايا البيئة.
- ٦- تنظيم حملات إعلامية بيئية للمواضيع الهامة الطارئة، أو ذات الأولوية بالتعاون مع الجهات المعنية، مثل: وزارة البيئة، وغيرها من المشاكل البيئي الملحة، مثل: الصرف الصحي وغيرها.
- ٧- تفعيل وإحياء وتجديد النظم والتشريعات والقوانين والاتفاقات الدولية التي تحرّم ومنه الإضرار بالبيئة، والاستفادة من المناسبات الوطنية والدولية المتعلقة بالبيئة (تم ذكر أهم هذه المناسبات الوطنية والدولية في نهاية الكتاب)، في تدعيم القيم البيئية والوعي البيئي.

تشجيع مراكز المعلومات البيئية بالتعاون مع وسائل الإعلام المختلفة، والقيام بتزويدها بالمعلومات الضرورية، فضلًا عن آخر الدراسات والنشاطات المحلية والدولية، والتعاون مع منظمات المجتمع المدني ذات العلاقة بالشأن البيئي، ووضع خطة تعاون مشترك لمواكبة نشاطاتها، خصوصًا تلك التي تتطلب حملات توعية للعمل الشعبي التطوعي والاهتمام بالبيئة، كالآثار التاريخية والحضارية وغيرها، مما ينبغي الحفاظ عليه في مجال التراث ما التراث.

۲۰۵-راتب السعود:مرجع سابق،ص۲۲۱.

المطلب الثالث :الإنسان البيئي

وهكذا يتضح أن للتربية البيئية هدف رئيس يتمثل في: إعداد الإنسان للعيش الآمن في كوكب الأرض. ولتحقيق هذا الهدف فقد امتطت التربية البيئية شكلي التربية الرئيسيين وهما: التربية النظامية (Formal Education) التي تتم من خلال مؤسسات التعليم العام والعالي، والتربية غير النظامية (Nom-formal Education) التي تتم من خلال بعض مؤسسات المجتمع كالأسرة ودور العبادة ووسائل الإعلام والمنظمات غير الحكومية وغيرها "". وكان للتربية البيئية برامج شتى في كل المؤسسات الاجتماعية السابقة، سعيًّا منها إلى تحقيق الأهداف العامة التالية:

- ١- زيادة الوعى بالعوامل البيئية وإرتباطها بصحة الإنسان وسلامته.
- ٢- زيادة القدرة على السعي إلى إيجاد التوازن وتعزيزه بين العناصر الاجتماعية والاقتصادية
 والبيولوجية المتفاعلة في البيئة.
 - ٣- زيادة المعرفة بالأنظمة الاجتماعية والتكنولوجية والطبيعية في البيئة.
 - ٤- تحسين اتخاذ القرار حول قضايا المجتمع المستقبلية ٢٠٠٠.

وبغض النظر عن شكل التربية، سواء أكانت نظامية أم غير نظامية، فإن التربية البيئية لتسعى إلى إعداد الإنسان البيئي (Ecolate) الذي يفهم نظم البيئية الطبيعية المعقدة الذي هو في الأساس جزء منها فهما يتجاوز مجرد المعرفة إلى الشعور بالمسؤولية حيالها، إنها تهدف إلى تمكين الإنسان من إدراك أنه الكائن المؤثر والمتأثر في الكيان البيئي، وأنه جزء لا يتجزأ من هذا الكيان، وعلى نوعية نشاطه يتوقف مدى حسن استغلاله للبيئة والمحافظة عليها والإقصاء بها عن كل ما يعكر صفوها، وبشكل أكثر تحديدًا، فإن هذا الإنسان البيئي يتصف بما يلي:

- ١- الإلمام بالمفاهيم الإيكولوجية الأساسية والمبادئ المرتبطة بها.
- المعرفة بكيفية تأثير النشاطات البشرية في العلاقة بين نوعية الحياة ونوعية البيئة.

٢٠٦- ابراهيم عصمت مطاوع:مرجع سابق،ص٩٣٠.

٢٠٧-محمد منير سعد الدين:التلوث الضوضائي والتربية البيئية(لبنان؛بيروت:ط١٠١٩٩٧)،ص٣٠.

- ٣- التمكن من المهارات الضرورية للاستكشاف الفعلي للقضايا البيئة والحلول البديلة لها،
 وتقويم القضايا والحلول،
 - قثل الاتجاهات وتبنى القيم الضرورية اللازمة للممارسة البيئية العقلانية والمسؤولة ".".

وقد تعارف الباحثون على تسمية هذه الخصائص الأربعة للإنسان البيئي بالثلاثية البيئية (Environmental) وهي: التعلم عن البيئة، والتعلم من البيئة، والتعلم من أجل البيئية، ويقصد بجانب «التعلم عن البيئة» الإلمام بالقواعد والمبادئ الأساسية لجوانب المعرفة العلمية التي تستخدم في تفسير الظواهر المتشابكة في البيئة والعلاقات القائمة بين المكونات الحية وغير الحية، وأثر الإنسان في بيئته، وكيفية التعامل معها (المعرفة) أما الجانب الثاني «التعلم من البيئة» فيركز على التفاعل بين مكونات البيئة الحية وغير الحية، والتعلم من البيئة من خلال الزيارات والرحلات التي يقوم بها المتعلمون لمواقع مختلفة في البيئة (المهارات) في حين يتناول الجانب الثالث «التعلم من أجل البيئة» المحافظة على البيئة وتحديد ممارسات الإنسان الخاطئة والسليمة في بيئته، من أجل هذه البيئة، والإبقاء عليها سليمة نقية معافاة (المواقف والقيم والسلوك)،على أن هذه الجوانب الثلاثة تتداخل فيما بينها محققة في المحصلة تعلما من أجل حماية البيئة وصيانتها والمحافظة عليها، فيما بنها محققة في المحصلة تعلما من أجل حماية البيئة وصيانتها والمحافظة عليها،

وخلاصة القول فإن التربية البيئية تهدف إلى تمكين الإنسان من إدراك أنه كائن مؤثر في الكيان البيئي ومتأثر به، وأنه جزء لا يتجزأ من هذا الكيان، ويتوقف على نوعية نشاطه مدى حسن استغلاله للبيئة والحافظة عليها.

۲۰۸-راتب السعود:مرجع سابق، ص۲۱۸.

۲۰۹-مرجع نفسه، ص۲۲۸.



الفصل الرابع الجانب التطبيقي



أولًا: عبنة البحث وكيفية اختيارها

نظرًا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث، قمنا باختيار أسلوب العينة، حيث اكتفينا بعدد من المفردات، أخذناها في حدود الوقت والجهد والإمكانات، معتمدين في ذلك على عينة كرة الثلج لصعوبة وصولنا للمبحوثين، وقدر حجم العينة ب ٤٠٠ مفردة، وهو عدد كاف من الناحية الإحصائية للخروج بمؤشرات ذات دلالة، حيث إن معظم البحوث الإعلامية تحدد حجم العينة ب ٣٠٠ مفردة إذا ما كان مجتمع الدراسة يزيد على عشرة ألاف فرد ويسمح هذا العدد للباحث أن يتمثل التنوع والاختلافات في خصائص العينة وإجراء المقارنات بين مفردات العينة وفقًا لمتغيرات.(النوع - العمر المستوى التعليمي - الدخل)."

ثانيًا :مجالات الدراسة:

يجب في كل دراسة إعلامية التقييد باعتبارات منهجية ضرورية كتحديد المجال المكاني.

والزماني للدراسة ففي دراستنا كان:

المجال المكاني: يتمثل في مدينة الجزائر العاصمة التي تشكل الحدود المكانية لهذه الدراسة.

المجال الزماني: عتد المجال الزمني لإنجاز هذه الدراسة الجانب النظري والتطبيقي حدود سنتى ٢٠١٦و٢٠١٤.

المجال البشري: ويشمل المستخدمين لموقع الفيسبوك « Facebook » من كلا الجنسين ومن مستويات تعليمية متباينة تتراوح بين المتوسط والثانوي والجامعي ومن شرائح وفئات مختلفة كالطلبة الثانويين والجامعيين وتلاميذ الطور الإكمالي وكذا الموظفين وغيرهم.

٢١٠ عاطف عدلي العبد عبيد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبصوث الرأي العام: الأسس النطرية والنماذج التطبيقية (القاهرة: دار الفكر العربي،٢٠٠٢) ص١٤٧.

جدول رقم (١): يوضح جنس المبحوثين .

السبة٪	التكرار	الجيس
٤٤	170	ذكر
70	41.	انثي

قراءة الجدول:

تظهر نتائج الجدول ان (١٦٥) فردا وبنسبة ٤٤٪ من المبحوثين هم من الذكور، في حين عثل جنس الإناث (٢١٠) مفردة بنسبة ٥٦٪.

يعود هذا الاختلاف الطفيف في توزيع النسب بين الجنسين ذلك إن الاستمارة تم توزيعها إلكترونيًا في موقع الفيسبوك وبالتالي كان العنصر الانثوي أكثر استجابة مع الاستمارة الإلكترونية وهو ما ينعكس في النسبة الأعلى التي تم حيازتها من طرفهن.

جدول رقم (٢): يوضح الفئة العمرية التي ينتمي إليها المبحوثين.

النسبة	التكرار	السن
,	.,	أقل من ۱۸
YE,0.	94	من۱۸-۲۵
٤٥,٣٠	۱۷۰	من٢٦-٣٠
**,^*	٠٣	من٣٦-۶٠
79,7.	11-	٤٠ ومافوق

قراءة الجدول:

توضح نتائج الجدول ان (٩٢) من أفراد العينة عثلون نسبة ٢٤,٥٠٪ ينتمون الى الفئة العمرية من (٢٠١) في حين أن (١٧٠) من أفراد العينة بنسبة ٢٥,٣٠٪ و(٢٠) أفراد من العينة عاعثل ٢٨٠٥٪ ينتمون إلى الفئ العمرية ٢٦-٣٠ في حين أن الفئة العمرية التي تمثل سن (٤٠) وما فوق فإنها تمثل (١١٠) مفردة بنسبة ٢٩,٣٠٪

نلاحظ إن الاختلاف في تمركز النسب يعود الى طبيعة البنية التكوينية الفتية للمجتمع الجزائري، ومن ناحية أخرى تمركز الفئة العمرية للعينة في في سن ٢٦- للمجتمع الجزائري، ومن ناحية أخرى تمركز الفئة العمرية للعينة في في سن ٢٦- يعود إلى إقبال هذه الفئة على تطبيقات الإنترنيت باعتبار أنها الفئة التي شهدت

عصر التحول الإعلامي من التقليدي إلى الإلكتروني إلى أن غياب الفئة العمرية الأقل من المستفارت المستفادة العمرية الأستفارت على الاستفارت الاستبانية البحثية وبالتالي يختلف الإشباع هنا حسب الفئات العمرية.

جدول رقم (٣): يوضح متابعي المواضيع البيئية عبر الفيسبوك

البسبة	التكرارات	الإجابات
91,70	٣٤٤	نعم
۰۸,۳۰	٣١	ע

قراءة الجدول:

يتبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (٠٠) إن ما نسبته ٩١,٧٠ من المبحوثين والمقدر عددهم ب (٣٤٤) فردًا يتابعون المواضيع البيئية عبر الفيسبوك، في مقابل ذلك أجاب ما نسبته ٠٨,٣٠٪ من المبحوثين والمقدر عددهم ب (٣١) فردًا أنهم لا يتابعون المواضيع البيئية عبر صفحات الفيسبوك.

نلاصظ من خلال تفاوت هاتان النسبتان أن يوجد عدد كبير من الأفراد والمقدر عددهم ب (٣٤٤) - مقارنة بحجم العينة (٣٧٥) أنهم يتابعون المواضيع البيئية عبر صفحات الفيسبوك ، في حين أن (٣١) فردًا لا يتابعون المواضيع البيئية عبر صفحات الفيسبوك وهي نسبة تعبر عن زيادة الحس البيئي لدى شرائح المجتمع المختلفة.

جدول رقم (٤): يوضح أسباب عدم متابعة المواضيع البيئية عبر الفيسبوك

البسبة	التكرار	
٦٧,٧٠	71	لا أهتم بالمواصيع البيئية
* * 3 * *		لا أثق في الصفحات الفيسبوك ية نفسها
۲۹,۰۰	٠٩	لا توجد مصداقية في تغطية المواضيع البيئية
		عبر الفيسبوك
٠٣,٢٠	•1	استخدم الفيسبوك فقط للمحادثة

قراءة الجدول:

يتبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم أن ما نسبته ٢٠٨٠٪ من المبحوثين والمقدر عددهم ب (٣١) فردًا لا يتابعون المواضيع البيئية عبر صفحات الفيسبوك وترجع أسباب ذلك إلى أن (٢١) مفردة ممثلة بنسبة ٢٧٪ لا تهتم بالمواضيع البيئية في حين أن (٠٩) أفراد من العينة ممثلة بنسبة ٢٩٪ يردون أسباب عدم متابعتهم للمواضيع البيئية عبر الفيسبوك، في البيئية عبر الفيسبوك إلى أنه لا توجد مصداقية في تغطية المواضيع البيئية عبر الفيسبوك، في حين اكتفت عينة واحدة ممثلة ب٠٣،٢٠٪ بالإجابة بأنها تستخدم الفيسبوك للمحادثة فقط.

نلاحظ أن أسباب عدم متابعة المواضيع البيئية عبر الفايس بوك، جاءت كلها منحصرة بعدم الاهتمام بقضايا البيئة، وهذا يرجع إلى اعتقادهم بأن القضايا البيئة تخرج عن نطاق اهتماماتهم، حيث لم يتم إدراكهم أنهم جزء من البيئة يؤثرون ويتأثرون بها، في حين أن عدم مصداقية المواضيع في الفيس بوك جاءت في المرتبة الثانية وهي نتيجة للذهنيات التي تعتقد بأن الفيسبوك هو مجرد عالم أفراضي لا يؤثر في العالم الحقيقي وبالتالي لا يساهم في تغيير قناعات ووجهات نظر الإفراد.

جدول رقم (٥): يوضح الوسائل الإعلامية التي تعتبر مصدر المستخدمين في متابعة المواضيع البيئية

ذرًا جِدًا	ناه	ادرًا	ڏ	ميانًا	ļ	البًا	è	دامًا		ُندًا	ĵ	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
,	• •	+1,+8	1.	۲۱,۵۰	07	**	۷۸	٤٨,١٠	170	**,**	**	التلفزيون
*,***	٠.	,-1	- 1	41,7.	۸۰۸	۲9, 7•	١	18,4.	٤٩	78,7.	۸٤	الصحف
												المطبوعة
٠٦,٤٠	77	٠٠,٠٣	١.	٣٦,٤٠	170	10,0+	05	17,7+	٥٧	Y£,0-	٨٤	الصحف
												الإلكترونية
- ٦,٧ -	74	۲۱,۰۰	٧٢	٤٦,٤٠	109	•1,0•	0.	**,**	•••	۲٤,۵۰	٨٤	الأذاعة
- ٦,٧ -	74	*,***		47,40	178	۳۱,٦٠	۱۰۸	70,E -	۸۷	-,		المدونات
												الإلكترونية
۰٦,٧٠	74	۰۰,۰۴	١.	71,1.	٧٢	79,7.	1	۱۷,۸۰	71	۲٤,٩٠	۸٥	تويتر
,٣.	١.	1 1, 11	٠.	٤١,٤٠	184	19,9+	٥٨	٤١,١٠	181	,٣.	1+	اليوتيوب
,		14,14	••	. 1,771	1+	٤٢,٣٠	160	٥٧,٤٠	197	,.	1.4	الفيسبوك

قراءة الجدول:

يتبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (0): إن الفيسبوك يحتل الصدارة ضمن المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في استقاء المواضيع البيئية أين أجاب ما نسبته ٥٧٠٤٠ ٪ من المبحوثين أنهم دامًا يعتمدونها كمصدر مهم للاستقاء المعلومات، كما أجاب المبحوثين بأنهم أحيانًا يستخدمون الصحف الإلكترونية بنسبة ٢٦،٤٠٪ والراديو بنسبة

٤٦,٤٠٪ إلى جانب اليوتيوب بنسبة ٤١,٤٠٪ والمدونات الإلكترونية بنسبة ٣٦,٦٠٪، كما أجاب المبحوثيين أنهم دامًًا يستخدمون التلفزيون بنسبة ٣٠٪ في حين أن الصحف المطبوعة بغالبًا بنسبة ٢٠٠٪ وتويير بنسبة ٢٩,٠٪.

يعود هذا الإختلاف في النسب التي تتأرجح في توزيعها كمصادر لأفراد العينة بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، حيث تشير النتائج أن المبحوثين يعتمدون على الوسيلة التي تتيح الإنتاج الذاتي للمعلومة، ولا تتطلب ثقافة عالية وإمكانيات تقنية معقدة، وهو ما يميز «الفيسبوك» كما أن التطبيقات الداخلية «للفايس بوك» بصورة غير مباشرة تعد امتداد لخصائص هذه الوسائل الإعلامية، كما نلاحظ أن التلفزيون دائم الاستخدام من طرف المبحوثين وذلك راجع إلى إدخال التحديثات التكنولوجيا كما أنه يجمع بين الصوت والصورة، وبذلك يستطيع السيطرة على حاستي السمع والبصر وهما من أهم الحواس وأشدهما اتصالًا بها يجري في نفس الإنسان من أفكار ومشاعر، وهو ينقل الحدث إلى مشاهديه في أغلب الأحيان وقت حدوثه، وينقله بها فيه من معاني وانفعالات، وكذلك ينقل المعلومات الجديدة داخلية أو خارجية بأسلوب سهل بدقة عالية تجعل المشاهد يستمتع أكثر من الماضي، كما نلاحظ أن هناك توازن تقريبي في النسب بين المستخدمين الذين يسنخدمون غالبًا الصحف المطبوعة وتويتر وهذا راجع إلى توزان في الفئات العمرية التي تميل في الكفة بين السباب الذين يستخدمون وسائل الإعلام الإلكتروني بنسبة أكثر والفئة التي نشأت في بين المسحف المطبوعة.

جدول رقم(٦): يوضح تأثر نسبة استخدام الإعلام التقليدي منذ استخدام الفيسبوك

النسبة	التكرار	
۲۱,۱۰	V٣	زادت بشكل كبير
,	4.5	زادت بشكل بسيط
۳۷,۰۰	147	لم تزد ولم تقل
٠١,٤٠	•0	قلت بشكل بسيط
٤٠,٥٠	15.	قلت بشكل كبير

قراءة الجدول:

يتبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (٢٠): إن نسبة استخدام الوسائل التقليدية يعتبرونها قد قلت بشكل كبير وذلك ما عبر عنه (١٤٠) مفردة بنسبة المتخدامهم في مقابل أجاب (١٢٨) من المبحوثين أي ما تمثله نسبة ٠٠,٧٣٪بأن نسبة استخدامهم للإعلام التقليدي لم تزد ولم تقل أي أن استخدامهم للفايس بوك لم يؤثر على استخدامهم للصحف المطبوعة الراديو والتلفزيون، في حين كانت إجابات الزيادة بشكل كبير متمثلة في (٧٣) مفردة ممثلة بنسبة ٢١,١٠٪.

نلاحظ أن الفيسبوك قد أثر على أفراد العينة، وغير من غط استخدامهم للإعلام التقليدي بشكل طفيف، يرجع ذلك إلى التباين في توزيع بنية العينة بين أنثى وذكر وكذا عامل السن إلى جانب العامل التعليمي والذي أشارت إليه نتائج دراسة فتيحة كيحل التي أشارت إلى أن الجامعيين أكثر الفئات استخداما لموقع الفيسبوك وذلك بنسبة ٢٨٨٨ مقارنة بباقي المبحوثين من الثانويين وذوي المستوى المتوسط وذلك لاعتبارات عديدة أهمها، أن الطلبة الجامعين هم أكثر الفئات استخداما للإنترنت، بحكم عامل المستوى التعليمي، مما أدى إلى اختلاف في الاستخدامات، وهو ما يميز شبه التقارب النسبي في التوزيع بين انخفاض نسبة الاستخدام وثباتها، وعدم تأثرها الفيسبوك.

جدول رقم(٧) :يوضح أسباب زيادة استخدام وسائل الإعلام التقليدي

	جدول رقم(٧) :يوضح اسباب زيادة استخدام وسائل الإعلام التقليدي										
وافق على	لاأ	لا أوافق		محايد	محايد		أو	أوافق جدًا			
الإطلاق	I										
%	ث	%	ث	%	ت	%	ټ	%	التكرار		
• • , • •	••	••,••	• •	• • • , •	• •	••,••	* *	1	٧٣	الإعلام	
										التقليدي	
										أكثر	
										مصداقية من	
										الفيسبوك	
,	••	••,••	• •	••,••	••	••,••	••	1	٧٣	الإعلام	
										التقليدي	
										أكثر	
										مصداقية من	
										الفيسبوك	
,	.,	,	• •	* * , * *	••	٠,٠٠٠	* *	3	٧٣	الإعلام	
										التقليدي	
										يقدم تغطية	
										أكثر مهنية	

••,••	•••	,	••	•,•••	••	**,**	••	١	۷۳	الإعلام
										التقليدي
										لديه
										صحفيين أكثر
										احترافًا
,	•••	••,••	• •	**,**	••	••,••	• •	1	٧٣	مصداقية
										مصادر
										الإعلام
										التقليدي
••,••	••	••,••	* *	••,••	• •	••,••	••	١	٧٣	الإعلام
										التقليدي
										يهتم بذكر
										الحقائق

قراءة الجدول:

يتبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (٠٧): إن الإعلام التقليدي أكثر مصداقية من الفيسبوك، الإعلام التقليدي يقدم تغطية أكثر شمولًا، الإعلام التقليدي يقدم تغطية أكثر مهنية، الإعلام التقليدي يهتم بذكر الحقائق، الإعلام التقليدي لديه صحفيين أكثر احتراقًا، مصداقية مصادر الإعلام التقليدي. قمت الموافقة على هذه الخصائص بالموافقة جدًا من طرف ٧٣ مفردة ممثلة بنسبة ١٠٠٠٪.

نلاحظ أن نتائج هذه الدراسة تختلف مع نتائج دراسة كل من سهام بن يحي التي أشارت إلى انخفاض حجم اهتمام الصحف المكتوبة بالقضايا البيئية ومشكلاتها؛ ومن ثمة ينخفض دورها في تنمية الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع، لا تختلف الصحافة الوطنية والجهوية من حيث اهتمامها بقضايا البيئة ومشكلاتها، يعتبر الخبر الصحفي أكثر القوالب استخداما في تغطية القضايا البيئية ومشكلاتها، بالرغم من كون المقال أو

التحقيق الصحفي أكثر ملائمة لهذه القضايا التي تتطلب الشرح والتفسير والتحليل، نتخفض نسبة المعلومات البيئية المقدمة في الرسائل الإعلامية بالصحف الجزائرية -محل الدراسة ومن ثمة ينخفض دورها في نشر الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع. ينخفض حجم اهتمام الصحف الجزائرية المكتوبة - محل الدراسة - بتكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة لأفراد المجتمع ومن ثمة ينخفض دورها في تنمية وعيهم البيئي، بالإضافة إلى إهمالها لوسائل الإبراز يقلل من فعالية تغطياتها الإعلامية للقضايا البيئية، وبالتالي انخفاض دورها في نشر الوعي البيئي لأفراد المجتمع إلى جانب عدم اعتمادها على الخبراء والمختصين في مجال البيئية، بالإضافة إلى إهمالها لوسائل الإبراز يقلل من فعالية تغطياتها الإعلامية للقضايا البيئية، وبالتالي انخفاض دورها في نشر الوعي البيئية، وبالتالي انخفاض دورها في نشر الوعي البيئي لأفراد المجتمع.

وكذا دراسة ياسين بوذراع التي جاءت نتائجها تأكيد المبحوثون على أن الجهد الإعلامي النائدي تقوم به الإذاعة غير كافي وذلك بنسبة ٥٩,١٨٪، نظرا لعدم وجود تغطية كافية للموضوع البيئي المطروح للنقاش.

جدول رقم(٨) :يوضح أسباب قلت استخدام وسائل الإعلام التقليدي

فق على طلاق		أوافق	ע	حايد	А	وافق	أوافق		أوافق	
%	ن	%	ت	%	ن	%	ن	%	التكرار	
,	••	**,**	• •	,٧-	• 1	٠١,٤٠	٠٢	9٧,9 -	131	الفيسبوك أكثر مصداقية من الإعلام التقليدي
,	* *	**,**	••	**,**	* *	۰۸٫۲۰	٠٤	97,77	18.	ميزة اختصار الأخبار في الفيسبوك

••,••	••	• •,• •	••	٠٠,٧٠	٠١	٠٢,٨٠	٠٤	97,00	146	التغطية الحية
										للحدث عبر
										الفيسبوك
,		**,**	• •	٠١,٤٠	٠٢	٠٢,١٠	٠٣	97,0+	149	مصداقية الأضار
,	••	••,••	••	**,**	••	٠٢,١٠	٠٣	۹۷,۹۰	181	أشكال الأخبار
										متبوعة في الفيسبوك
										نص،صورة،فيديو-
••,••	••	••,••	••	٥٩,٧	۸٦	٠٢,١٠	٠٣	۳۸,۲۰	00	لا توجد رقابة على
										الفيسبوك
••,••	• •	**,**	••	••,••	• •	٠٢,١٠	٠٣	٩٧,٩٠	181	يمكن استخدام
										الفيسبوك من خلال
										عدة وسائل
,	• •	,			• •	٠٣,٥٠		۱٦,٥٠	149	التفاعل الآني
				••,•			٠٥			مع الخبر والحدث

قراءة الجدول:

يتبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (٨):ان ٤٠,٥٠ ٪ تمثل نسبة أفراد العينة الذين نسبة استخدامهم للوسائل الإعلام التقليدية قلت، أين أجاب بموافق جدًا ما نسبته ٩٧,٧٠ ٪ من المبحوثين الذين قلت نسبة استخدامهم للراديو، الصحف المطبوعة، التلفزيون وهذه النسبة تتمثل في أن الفيسبوك أكثر مصداقية من وسائل الإعلام التقليدية، والتي عبر عنها ٩٧,٩٠ ٪ من المبحوثين، كما وافق جدًا ٥٦,٥٠ ٪ من المبحوثين على أن التغطية الحية للحدث عبر الفيسبوك، في حين يرى ٩٩,٥٠٪ من المبحوثين أن مصداقية الأخبار سبب في متابعة المواضيع البيثية عبر الفيسبوك. إلى جانب أنه تم الموافقة بموافق جدًا على أن أشكال الأخبار متنوعة في الفيسبوك نص، صورة، فيديو في حين أن ١٩٥٠٪ من المبحوثين أجابوا بأنهم محايدون

على أنه لا توجد رقابة على الفيس بوك في مقابل وافق جدًا ٣٨,٢٠٪ من المبحوثين.

تعبر هذه النسب على أن الفيسبوك هو وليد الإعلام الجديد وبالتالي تحرره من مركزية الإعلام التقليدي، أين أصبح الفرد يمكن أن يكون هو مركز المعلومة باعتباره فرد مشارك تفاعلي، فمستخدمي الفيسبوك يجدون هامش حرية أكثر، حيث باتت الأخبار تُنقل من زوايا مختلفة والمواضيع تفتح لها نقاشات من أجل تصويب إدراة الرأي والرأي الآخر . كما أن ولوج الفيسبوك لا يتطلب أجهزة عالية التقنية أو مستوى عالي من المعرفة فهو عبارة عن إدراة ذاتية لإنتاج المعلومات، كما يساعد في الوصول إلى المعلومات عبر الروابط المختلفة الموجودة على الويب، سرعة انتقال المواضيع ومشاركتها تضفي عنصر التفاعلية على الموضوع الذي لا يحوت لحظة ولادته كما هو معهود في الإعلام القديم وإنها يكون إنتاج معلومات حلزوني وفي قنوات اتصالية متشعبة.

الإشباعات المحققة من استخدام الفيسبوك:

جدول رقم(٩) : يوضح المعايير التي تحدد مصداقية الصفحات البيئية على «الفيسبوك».

افق على	لا أوا	أوافق	צ	حايد	a	وافق		ن جدا	أوافؤ	
طلاق	الإ									
96	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
***,*	• •	**,**	• •	,٣.	٠١	17,80	٥٦	۸۳,٤٠	YAV	نقل المعلومات
										كاملة شاملة
***,*	• •	**,**	• •	40,9.	۸٩	YY,1•	٧٦	۵۲,۰۰	۱۷۹	الحيادية في
										معالجة الخبر
***,*	• •	**,**		Y0,9+	۸٩	۲۱٫۸۰	۷o	٥٢,٣٠	3.44	الدقة في التحرير

••,••	••	**,**	• •	۳۱,۱۰	1.4	17,	00	07,9.	۱۸۲	الاهتمام بإدراج
										الحقائق فقط
										ب-الصور، النص،
										الفيديو-
***,*	٠.	***,*		٤٥,٣٠	101	• ١,٧•	-4	07,9-	۱۸۲	الوضوح وبساطة
										اللغة
۱٤,۸۰	01	۲۱,0۰	٧٤	٤٦,٢٠	109	- 1,7+	٠٤	17,7-	70	التوازن في طرح
										الموضوع
that's a	371	٠٦,٧٠	77	17,50	70	۰۰,۹۰	٠,٣	٤٠,١٠	177	الانصاف والنزاهة
										لمصدر المعلومة

قراءة الجدول:

يتبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (٠٩): ان المعايير التي تحدد مصداقية صفحات الفيسبوك تختلف باختلاف المبحوثين وهو ما نلاحظ في اجاباتهم اين وفق جدا ما نسبته ٨٣،٤٠ من المبحوثين والتي تمثل (٢٨٧) مفردة بان معيار نقل المعلومات كاملة شاملة يحدد مصداقية صفحات المستخدمين عبر الفيسبوك، في حين وافق ما نسبته ١٦,٣٠ من المبحوثين الممثلين في(٥٦) مفردة عليها، وتأتي في المرتبة الثانية من حيث النسبة والمقدرة ب ٢٠٩٠ التي عبر بها(١٨٢) مفردة أنهم يوافقون جدًا على الاهتمام بإدراج الحقائق فقط بالصوت، الصورة والفيديو يعد من بين عوامل مصداقية الصفحات وهي ذات النسبة التي أجاب بها المبحوثين واعتبار الوضوح وبساطة اللغة من بين العومل التي تحدد مصداقية الصفحات على الفيسبوك . لتأتي في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٢,٣٠ ٪ المتمثلة في(١٨٠) مفردة يرون أن الدقة في التحرير تساهم في مصداقية الصفحات كما نال عامل الانصاف والنزاهة

ما نسبته ٤٠,١٠ ٪ والمقدر ب (١٣٨) مفردة، في حين أجاب ما نسبته ١٦,٣٠٪ من المبحوثين بأن عامل التوازن في طرح الموضوع يحدد مصداقية الصفحات.

هذه العوامل التي تعد مؤشر من مؤشرات مصداقية الصفحات نرى أن المبحوثين كانت إجاباتهم مركزة على النقل الكامل والشامل للمعلومات المصحوبة بالنص والفيديو والصور هي أكثر العوامل التي نالت موافقة المبحوثين، باعتبار أن الفيديو ينقل المعلومات حية وأكثر موضوعية في حين نرى نسبة ضئيلة للأفراد الذين يوافقون على عامل الانصاف والنزاهة وكذا التوازن في طرح الموضوح.

هذه المؤشرات هي مؤشرات تستقطب مستخدمي الفايس البوك الذي لا يتطلب ثقافة واسعة من أجل الإطلاع على لمواضيع البيئية فالمتلقي هنا يكون مستهلك ومنتج للموضوع في آن واحد، وهذه العوامل تساعد القائمين بالاتصال في المؤسسات البيئية والقائمين على الإعلام البيئي بإعطاء هذه النسب أهمية من أجل رفع نسبة التثقيف البيئي في القوالب التي يرى المتلقي أنه ينسجم ويتعاطى معها لتحقيق أكبر قدر من الوعي البيئي.

جدول رقم (١٠): يوضح مدى موافقة المبحوثين على أن المواضيع البيئية التي تنشر على صفحات الفيسبوك « تحمل ميزات »

وافق على	لاأ	أوافق	Z	عايد	r.a	افق	أو	ن جدًا	أوافو	
لإطلاق	ı ,									
%	ټ	%	Ç	%	ن	96	ت	%	ن	
••,••	٠.	* *, * *	• •	١٦,٠٠	00	٣٦,٦٠	147	٤٧,٤٠	175	تغطية حية للأحداث
										وقت حدوثها
3		**,**	* *	10,8.	٥٣	17,	00	٦٨,٦٠	44.1	سهولة اختيار
										الصفحات التي تتفق
										وميولاتي
,	.,	,	**	10,8-	٥٣	٤٣,٣٠	169	٤١,٣٠	188	متابعة المواضيع
										البيئية من مصادر
										متنوعة وفي ىفس
										الوقت
,	* *	* *, * *	* *	10,1-	٥٢	44,	٧٩	٦١,٩٠	717	إتاحة الموضوع
										البيئي في قوالب
										متنوعة -نص، صورة،
										فيديو
,	••	* *, * *	••	44,4+	1.5	44,	11.	۳۸,۱۰	177	إتاحة التفاعل مع
										الآخرين عند متابعة
										الموضوع
* * 5 /2 *	٠١	4.9	٧٢	٣٠,٢٠	1.8	٠٧,٣٠	40	٤١,٣٠	127	يساعد في معرفة
										آراء الآحرين
4.9.	٧٢	٠,٦	۰۲	٣٦,٠٠	371	•1,0•	۰٥	٤١,٠٠	181	يفتح المحال لتقديم
										الأفكار والحلول

يتبين من خلال اجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (١٠) :على ان المواضيع البيئية التي تنشر في الفيسبوك بانها تحمل هذه الميزات، اين اجاب ما نسبته ٢٦٨,٦٠ موافق جدا والتي احتلت الصدارة على ان سهولة اختيار الصفحات التي تتفق والميولات البيئية،وما نسبته ١٦,٠٠٪ بالموافقة، في حين ١٥,٤٠٪ اجاب بالحياد.وهـو التطبيق الذكي الموجود في الفيسبوك الذي يسهل عملية البحث عن الصفحات ذات نفس الاهتمام.

إتاحة الموضوع البيئي في أشكال متعددة نص، صور، فيديو جاء في المرتبة الثانية، أين وافق جدًا ما نسبته ١٥,١٠٪ في حين اكتفى ١٥,١٠٪ وافق جدًا ما نسبته ١٠,٩٠٪ في حين اكتفى ١٥,١٠٪ بالإجابة بالحياد. وهي مميزات الفيسبوك التي تقوم بمعالة الموضوع في قوالب متعددة.

تغطية حية للأحداث البيئية وقت حدوثها أين أجاب ما نسبته ٢٤٧٤٠ بالموافقة جدًا في حين وافق ما نسبته ٢٣٦٦٠ واكتفى ٢٠١٦. المبحوثين بالإجابة بالحياد، باعتبار أن مستخدمي الفيسبوك يسارعون في النقل الحي وتداول الموضوع على نطاق واسع.

متابعة المواضيع البيئية من مصادر متنوعة وفي نفس الوقت وافق ما نسبته ٤٣,٣٠٠ من المبحوثين في حين تمت الإجابة بالحياد بنسبة ١٥,٤٠٪ وهي روابط الويب الموجودة على صفحات الفيسبوك التي يمكن من خلالها الولوج إلى أي موقع، إتاحة التفاعل مع الآخرين عند متابعة الموضوع البيئي وافق جدًا ما نسبته ٢٨,١٠٪ ووافق ما نسبته ٢٢,٠٠٪ في حين أجاب ما نسبته ٢٩,٩٠٪ بالحياد.

يساعد في معرفة آراء الاخريس وافق جدًا ما نسبته ٤١,٣٠٪ من المبحوثين على أن الصفحات البيئية في مقابل ذلك الصفحات البيئية تساعد على معرفة آراء الآخريس حول المواضيع البيئية في مقابل ذلك أجاب ما نسبته ٢٠,٩٠ أنهم لا يوافقون في حين أجاب ٢٠,٢٠٪ بالحياد.

يفتح المجال لتقديم الأفكار والحلول وافق جدًا ما نسبته ٪ ٤١,٠٠ في حين أجاب ما نسبته ٪ ٣٦,٠٠ أنهم لا يوافقون على الإطلاق

المواضيع البيئية التي تنشر على صفحات الفيسبوك يرى المبحوثين أنه يتم معالجتها عبر الصوت والصورة مما يضيف طابع المصداقية على الصفحات كما تم تحلله في الجدول السابق كما يرى المبحوثين أن التغطية الحية للحدث أيضًا تتسم بها المواضيع التي تنشر عبر الفيسبوك إلى جانب وجود روابط بيئية إلى مواقع أخرى أو مصدر الموضوع يساهم في رفع نسبة الإشباع والإحاطة الكاملة بالموضوع، من خلال إتاحة للتفاعل عن طريق مشاركة الموضوع مع صفحات أخرى أو التعليق عليه وفتح نقاش حوله لمعرفة آراء المستخدمين حول أهميته وجدواة.

دور الفيسبوك في التحسيس بقضايا البيئة:

جدول رقم (۱۱): يوضح أن متابعة المواضيع البيئية عبر صفحات» الفيسبوك « تحقق إشباعات معينة.

افق على إطلاق		وافق	ע וּ	مايد	u.	فق	أاوا	، جدًا	أوافق	
×	ت	×	ټ	×	ن	Х	ت	X	ن	
,	٠.,	**,**		* *,1" *	-1	49,7.	1.4	٧٠,١٠	137	تزيد من المعرفة
										بالمواضيع البيئية
,	• •	**,**	• •	٠٠,٣٠	+3	۲۹,۷۰	1.1	٧٠,١٠	137	الإطلاع على
										الأحداث البيئية
										الأتية
,	٠.	**,**	* *	10,8.	۳٥	۲۱,٥٠	٧٤	٦٣,١٠	717	تساعد على فهم
										وإدراك المشكلات
										البيئية

,	••	• •,••	**	٠٠,٩٠	٠٣	YY,\ •	٧٦	W,••	770	تعزز من المشاركة في
										التحسيس بالقضايا
										البيئية
,	• •	* *, * *	• •	*7,* •	170	44,80	٧٧	٤١,٣٠	184	مّكن من التعبير
										عن الآراء الشخصية
										حول الأحداث
										البيئية
••,••		٠٠,٦٠	۰۲	0.1.	۱۷٤	٠٧,٦٠	Y ٦	٤١,٣٠	127	سهولة التواصل مع
										المهتمين والمختصين
										بالبيئة
,		•1,٢٠	٠٤	۲۹,۱۰	١	۲۷,۹۰	97	٤١,٩٠	188	تمكن من معرفة
										قرارات المسؤولين
										عن البيئة
10,7-	30	4.9.	٧٢	۲۱,۵۰	٧٤	••,7•	٠٢	٤١,٣٠	187	المساهمة في تقديم
										اقتراحات وحلول
,	* *	**,**	* *	,٣.	+1	٠٠,٩٠	* 3"	۹۸٫۸۰	٣٤٠	المشاركة في الحملات
										التطوعية البيئية

قراءة الجدول:

يتبين من خيلال إجابيات المبحوثين الموضحية في الجيدول رقيم (١١): أن متابعية المواضيع البيئية عبر صفحيات « الفيسبوك » تحقق ماييلي: حيث أجاب بالموافقة جدًا منا نسبته ٩٨,٨٠ ٪من المبحوثين والمقدر عددهم ب (٣٤٠) مفردة بأن إطلاعهم

على المواضيع البيئية عبر الفيسبوك مكنتهم من المشاركة في الحملات التطوعية البيئية،

كما أجاب بالموافقة جدًا ما نسبته ٧٧,٠٠٠٪ والمقدر (٦٥) مفردة بأنها تعزز من المشاركة في التحسيس البيئي في حين أجاب (٧٦) من المبحوثين والمقدرة نسبتهم ٢٢,١٠٪ بأنهم موافقون على أنها تعزز من التحسيس بالقضايا البيئية، أما النسبة المتماثلة والتي أحصت (٢٤١) مفردة بنسبة ٧٠,١٠٪ بأن إجابتهم كانت بالموافقة جدًا على أنها تزيد من المعرفة بالمواضيع البيئية وتساهم في الإطلاع على الأحداث البيئية الآتية، في حين أجاب ٢٩,٧٠٪ منهم بأنهم موافقون .

أجاب ما نسبته ٦٣,١٠ ٪ من المبحوثين مقدر عددهم ب(٢١٧) بالوافقة جدًا على أنها تساعد على فهم وإدراك المشكلات البيئية أما (٧٤) مفردة، والتي كانت نسبتها ٢١,٥٠ ٪ فإنها اكتفت بالموافقة في حين أن نسبة ١٥,٤٠٪ اجابت بالحياد.

هنا ندرك أن الإعلام الجديد بتعاظمه وهيمنته على الإعلام التقليدي إلى أن قاعدته تظل الإعلام التقليدي ذلك أن من خلال إجابات المبحوثين نلاحظ أن الدور التثقيفي للفايس بوك لا يزال متأخر وفي أن دوره يكون تسويقي أكثر من تثقيفي وهذا راجع إلى المتلقي بحد ذاته وهو أن المتلقي هنا هو متلقي انتقائي ومواده التي يتعاطاه من خلال الفيسبوك تمتاز بالإصطفائية على عكس الإعلام التقليدي الذي لم يكن له بديل وبالتالي محولة إتمام الموضوع،

أجاب ما نسبته ٤١,٣٠ ٪ من المبحوثين والمقدر عددهم ب(١٤٢) مفردة نالت كلا من على الترتيب تحكن من التعبير عن الآراء الشخصية حول الأحداث البيئية، سهولة التواصل مع المهتمين والمختصين بقضايا البيئة المساهمة في تقديم اقتراحات وحلول بالموافقة جدًا، في مقابل ذلك أجاب ما مقداره (٧٧) مفردة مقدرة ٢٢٠,٤٠٪بالموافقة في حين عبر (١٢٥) مفردة بنسبة ذلك أجاب ما العياد بأنها تمكن من التعبير عن آراء الآخرين، أما بالنسبة لسهولة التواصل مع المهتمين والمختصين بقضايا البيئة أجاب بالموافقة مانسبته ٧٠,٦٠٠٪ بأنها تتبح لهم التواصل

مع المسئولين عن البيئة، في مقابل ذلك أجاب ما نسبته ٪ ٥٠٠٦٠ والمقدر عددهم ب (١٧٤)) مفردة بأنهم محايدون.

المقدر عددهم ب. بأنهم موافقين، في حين عبّر ما نسبته ٢١,٥ الممثل ل (٧٤) مفردة بأنهم محايدون،

حـول إجابتهـم في المساهمة في تقديـم اقتراحـات وحلـول، أجـاب مـا نسـبته٤١,٩٥٪من المبحوثين المقـدر عـده(١٤٤) مفردة بالموافقة جدًا، بأنها تمكـن مـن معرفة قرارات المسؤولين حـول البيئة،

في حين أجاب ما نسبته ٢٧,٩ ٪ مقدرة ب (٩٦) مفردة بالموافقة في حين أجاب ٢٩,١ ٢٩,١ المقدر في (١٠٠) مفردة بالحياد.

من خلال إجابات المبحوثين نرى أن دور الفيسبوك في المواضيع البيئية يكون النشر والتسويق إلى أنه لا يقدم بحسب النسبة الموجودة أعلاه أو كما تصفه ضمنيًا إجابات المبحوثين بأنه لا يساهم في معرفة وإدراك المشكلات البيئة وهذا يعود إلى أن معظم الصفحات التي أشار إليها المبحوثين بإعتبارها صفحات يتم استقاء المعلومات البيئية يقف ورائها أشخاص هواة للمواضيع البيئية ولا يقومون بالتحليل والدقيق العلمي في هذه المواضيع كما أشماص هواة للمواضيع البيئية ولا يقومون بالتحليل والدقيق العلمي في هذه المواضيع كما أنهم يستندون في نشرها على الفيديوهات إلى جانب أن هذه الفيديوهات تكون محملة وصطلحات علمية يصعب فهمها من غير المختصين، وهو ما يحدث في مجتمع الفيسبوك أن المتلقي لهذه المواضيع يتفاعل معها وقد يتم تجنيده داخل حيه من أجل الحملات التطوعية من أجل تنظيف الأحياء أو الشواطيء أو المقابر هذه الحملات التي تلقى قبول واستحسان من طرف المواطنين وتكون قاعدة المشاركة واسعة إلى أنها لا يتم احتوائها في قالب تنظيمي وإنها تكون على شكل فترات متباعدة، رغم المشاركة التطوعية إلا أن جوهر القضية البيئية واسباب مشكلاتها لا يدركه الكثيرون كما هو واضح في اجابات المبحوثين، وهذا راجع إلى وجود خلل في منظومة مؤسسات الاتصال البيئي أو الاتصال والإعلام البيئي كون أنها منظومة ككل لا المنظومة التي يتم العتماد عليها في تقديم المواضيع البيئة كون أنها منظومة

آنية تستجيب للعظة طرح الموضوع ذاتيًا، وهو الخاطىء إذا أن المواضيع البيئية هي مواضيع مصاحبة للحياة الإنسان اليومية وجب ربطها مع جميع المجالات كما أن الإجابات أيضًا انحصرت في الانحياد إزاء سهولة التواصل مع المسئولين والمختصين بالبيئة عبر الفيسبوك وهذا يمكن أن إلا قائم بالاتصال في هذه المؤسسات لا يدرك الأهمية الاتصالية للقوالب الإعلامية للإعلامية للإعلامية للإعلامية وجب أن الإعلامية الإلكتروفي التي يمكن من خلالها الوصول السي عدد كبير من المجتمع على اعتبار أن قنوات التواصل الاجتماعي أصبحت شريان اتصالي داخل الجتمع وجب أن يتم تدفق المعلومات البيئة عبرها، والقيام بالتحسيس والتنوير البيئي عبر هذه المنابر التي تربط في كلياتها الاتصالية شرائح مختلفة تستخدم لغة بسيطة، عبر الفيسبوك، إلى جانب أن المفهوم البيئي عند بعض الأفراد يقتصر على أن مسؤولية التحسيس والمحافظة على البيئة هي مسؤولية مؤسسات وليست مسؤولية المواطنين وهو المفهوم الخاطىء

جدول رقم (١٢): يوضح نوعية الصفحات المتواجدة في «الفيسبوك» التي يتم متابعة من خلالها المواضيع البيئية

Sa	بدرًا -	ىدرًا		م يانًا	i	<u>ដ</u> ើ		Üdra	5	أبدّ		
			_									
196	ت	116	ت	96	ن	196	ij	ijή	ت	116	ن	
<u> </u>	_								<u> </u>			
,		,٦-	-7	۰ ۷,۲۵	190	17,7 -	70	-1,7-	-6	78,81	34	الشبكات البيئية
												الخاصة بالإعلام
												الاحتماعي
												المنتديات،
												المدونات
,٣-	-1	**,1*	-7	10,4-	å.	0.4,1 +	۲۰۰	,٩-	**	76,6-	A£	الصفحات الخاصة
												بالصحف

,***	-1	Y1,0-	Υ£	۲۷,۸۰	۱۳-	10,5 -	٥٣	۲٥,۰۰	rλ	**,**		الصفحات الخاصة
												بالإذاعات
,		++,7+	۰۲	۲۱,۲۰	٧٣	07,4-	144	70,50	ΑV	**,**		الصفحات الخاصة
												بالقنوات الإخبارية
,		11,75	-1	۲۱٫۸۰	V0	Y7,Y:	170	٤١,٦٠	154	**,**		الصفحات الخاصة
												بالأحزاب الخضراء
												والجمعيات البيئية
,	٠.	**,**		17,	00	۲۱,0۰	٧٤	۳۸,۱۰	117	YE,E •	λ£	الصفحات الخاصة
												بالهيئات المسئولة
												عن البيئة في الدولة
,	••	**,**		18,4.	٥١	٠ ٨,٧ ٠	۲۷	۵۲٫٦٠	171	75,7 .	Αō	الصفحات الخاصة
												بالمتخصصين في
												البيئة
,		,		,*-	-1	10,1-	۲٥	۸۳,۷۰	۲۸۸	**,5.	۲.	الصفحات الخاصة
												بالمواطن الصحفي

قراءة الجدول:

تبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (١١٢): إن الشبكات البيئية الخاصة بالإعلام الاجتماعي، المدونات، المنتديات والتي عبر عنها المبحوثين بأنهم يستمدون المواضيع البيئية من خلال الصفحات التي تغذيها المنتديات والمدونات الإلكترونية، أين أجاب المبحوثين بأنهم دائمًا ما يستخدمونها بنسبة ٢٤,٤٠٪ وأجاب بأحيانًا ما نسبته ١٧,٧٠٪ فالبًا.

الصفحات الخاصة بالصحف أجاب المبحوثين بأنهم غالبًا مايستخدمونها ما نسبته ٥٨,١٠ ٪ في حين اكتفى ٢٤,٤٠٪ أنهم لا يستخدمونها كصدر في تغذية الصفحات البيئية، وأجاب ١٥,٧٠ ٪بأنهم أحيانًا يستخدمونها.

الصفحات الخاصة بالإذاعات أجاب المبحوثين بأحيانًا ما نسبته ٢٧,٨٠ ٪، بأنهم يعتمدونه دائمًا بنسبة ٢٥,٠٠ ٪ أم ما نسبته ٢١,٥٠ ٪من المبحوثين فأنهم اكتفوا بالإجابة نادرًا ما يستخدمون الإذاعات كمصدر مغذي للمواضيع البيئية.

الصفحات الخاصة بالقنوات الإخبارية عبر المبحوثين بنسبة ٢٥٢,٩٠٪ غالبًا، وداهًا ما نسبته ٢٥,٣٠٪ «وأحيانًا ما نسبته ٢١,٢٠٪، بأنهم يستخدمون الصفحات الخاصة بالقنوات الإخبارية لتغذية المواضيع البيئية.

الصفحات الخاصة بالأحزاب الخضراء والجمعيات البيئية أجاب بــدائمًا ما نسبته ٤١,٦٠ «وغالبًا ما نسبته ٣٦,٦٠ «وأحيانًا ٢١,٨٠ » بأنهم يستخدمونه كمغذي للمواضيع البيئية .

الصفحات الخاصة بالهيئات المسئولة عن البيئة في الدولة أجاب بــدامًا ٣٨,١٠ ٪ وأجاب ٢٤,٤٠ ٪ بأنهم أبدًا لا يتستخدمونها كمصدر مغذي للصفحات البيئة التي يتابعونها، كما أجاب ما نسبته ٢١,٥٠٪ بـ غالبًا أما أحيانًا فقد أجاب عليها ما نسبته ٢١,٥٠٪.

الصفحات الخاصة بالمتخصصين في البيئة أجاب المبحوثين بنسبة ٥٢,٦٠ بأنهم دائمًا يتستخدمونها كمصدر مغذي للصفحات البيئة التي يتابعونها وأجاب ما نسبته ٢٤,٧٠ ٪ بــــ أبدًا وأحبانًا بنسبة ١٤,٨٠ ٪ وغالبًا بنسبة ٧,٧٠٪.

الصحات الخاصة بالمواطن الصحفي أجاب المبحوثين بـداءًا ما نسبته ٨٣,٧٠٪ وغالبًا ما نسبته ١٥,١٠٪ .

نلاحظ من خلال إجابات المبحوثين التي اختلفت درجات استخدامهم للصفحات البيئية عبر الفيسبوك، حيث نلاحظ تمركز وتكتل الإجابة في دائمًا، غالبا، أحيانًا،

بنسب متفاوتة إلى إن النسبة الأكبر والتي ترجمة بأن المبحوثين يعتمدونها هي صفحات المواطنين أين جاءت إجابات المبحوثين بدائمًا بنسبة ٨٣,٧٠٪، وهو ما يترجم دور الإعلام الالكتروني الذي فتح المجال أمام المواطنين للمشاركة في المواضيع التي تهتم بالقضايا البيئية، وهي إشارة على أن استخدام المواطنين للفايس بوك يعد رسالة تشاركية من نفس درجة الاتصال التي تلقى القبول والصدي، لأنها في الغالب ما تكون موثقة من أرض الواقع وتنقلها الجماعات الناشطة في الفيسبوك، دون تحويرها لخلفيات مجهولة. لتأتي في المرتبة الثانية وبنفس درجة الاستخدام الدائم بنسبة ٥٢,٦٠٪، صفحات المتخصصين بالقضايا البيئية وهذا يبدل عبلي مصداقية المصدر وقبول الطرح من متخصصي البيئة، وهنو منا يساهم في نشر التعليم عن البيئة، باعتبار أن هذه الصفحات تعطى معلومات دقيقة عن الأوضاع البيئية، وتحل في المرتبة الثالثة الصفحات الخاصة بالأحزاب الخضراء والجمعيات البيئية وتعتبر هذه الصفحات تعبر عن أفكار المجتمع المدني الذي يرفع شعارات خضراء من أجل الحفاظ على البيئة وتحقيق التنمية المستدامة ويدعو إلى تحقيق العدالة الاجتماعية بتوفير نصيب الأجيال القادمة من الثروات، وتعتمد بشكل كبير على صفحات الفيسبوك لتحقيق الاتصال البيئي وايصال المفاهيم وأفكار العمل التطوعي في المجتمع والحث على المشاركة في الأنشطة البيئية على نطاق واسع، لتحل في المرتبة الرابعة الصفحات المسئولة عن البيئة في الدولة بنسبة ٣٨,١٠٪ هذه الصفحات التي تعد الواجهة السياسية البيئية في البلاد التي تقوم على مفهوم تقريب الإدارة من المواطن وتحاول أن تشركه في تحقيق التنمية المستدامة بطرق سواء مباشرة أو غير مباشرة، غير أن الصحف الخاصة بالصحف والإذاعات والقنوات جاءت في مراتب متأخرة وذلك راجع إلى الخط الإعلامي بحد ذاته لهذه الوسائط باعتبارها وسائل وجب عليها تغطية مختلف المواضيع، التي تهم المناحي الحياتية للإنسان، أي أنها تعمل تحت أجندات مختلفة ومتغيرة بتغير السياسة الأيديولوجية للمؤسسة الإعلامية، كما أن هذا يدل على أنه لا يوجد امتداد وربط بين المواضيع المختلفة والبيئة.

جدول رقم (١٣): يوضح يوضح أثناء متابعة المستخدمين للفايس بوك فأنهم يقومون بمايلي.

اِ جِدًا	نادر	نادرًا		ميانًا	<u>.</u> 1	ជាគ		Ľáls		أبدًا		
%	ن	%a	ن	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
٠٠,٣٠	+1	18,40	٤٩	٠٧,٣٠	40	* 1,14*	€	٥٢,٣٠	۱۸۰	YE,V+	۸٥	تشارك الموضوع مع
												أصدقاء صفحتك
												على الفيسبوك
,	• •	* *, * *	••	٠٠,٣٠	-1	۲۱,۸۰	VO	٧٧,٩٠	Y3A	**,**		تضغط زر الإعجاب
												بالموضوع
,	• •	••,٣•	٠١	46,74	VV	10,1+	٥٢	۳۷,۲۰	۱۲۸	40,00	۸٦	تعلق على الموضوع
٠٠,٧٠	٠٢	٠٨,٥٠	40	٤١,٣٠	171	19,0+	٥٧	۰۰,۷۰	•+	44,60	۸٦	تفتح نقاش حول
												محتوى الموضوع
												مع أصدقاء الصفحة
+V,1+	77	¥1,0+	٧٤	44,70	1.7	17,50	70	٠٠,٣٠	•)	Y.37	Λo	تنشر تصحيح أو
												إضافة معلومات
												مؤكدة عن نفس
												الموضوع
79,6+	1+1	٠٠,٣٠	-3	1 E	£٨	17,71	٥V	••,4.	•1	79,0	177	ترسله كرسالة إلى
												صديق
٠٧,٠٠	75	17,	00	*1,7*	٠٤	10,14	177	۲۹,۸	1777	••,1"•	• 1	تكتفي بالإطلاع على
												الموضوع فقط

قراءة الجدول:

تبين من خلال اجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (١٣): إن المستخدمين أثناء متابعتهم للمواضيع البيئية فأنهم يقوم ون بعدة أيقونات على الفيسبوك أين أجاب ما نسبته ٥٢,٣٠٪ المقدر عددهم ب(١٨٠) مفردة من المبحوثين بأنهم داعًا يقومون بمشاركة الموضوع مع أصدقاء الصفحة، في حين أجاب ما نسبته ٧,٠٠٪ من المبحوثين بأنهم أحيانًا يقومون بالمشاركة، في حين أعرب ما نسبته ٢,٤٠٪ منهم أنهم نادرًا ما يشاركونه، في حين أكد (٢٦٨)من أفراد العينة المقدرة نسبتهم ب٧٧,٠٪ بأنهم يقومون بضغط زر الإعجاب بالموضوع في حين أجاب ٢٠,٨٠٪ بالنسبة للتعليق على الموضوع فكانت النسبة بالموضوع في حين أجاب ٢١,٨٠٪ إما بالنسبة للتعليق على الموضوع فكانت النسبة يقومون أحيانًا بالتعليق، وفي المرتبة الثالثة الأفراد الذين غالبًا ما يقومون بالتعليق.

أما بالنسبة لفتح نقاش حول الموضوع فإن إجابات المبحوثين تتباين إذ عبر ما نسبته ٤١,٣ ٪ بأنهم لا يفتحون أبدًا ٤١,٣ ٪ بأنهم أحيانًا يقومون بفتح النقاش، كم عبر ما نسبته ٢٩,٤٠ ٪ بأنهم لا يفتحون أبدًا نقاشًا، في حين أكد بـ غالبًا ما نسبته ١٩,٥ ٪أنهم يقومون بفتح نقاش، في حين اكتفى ما نسبته ٠٨,٥٠ ٪ بالإجابة بـــنادرًا.

أما فيما يتعلق بنشر تصحيح أو إضافة معلومات مؤكدة عن نفس الموضوع فأنهم أجابوا ما نسبته ٢٩,٧٠٪ بأنهم لا يقومون بأي تصحيح أو تعديل وأجاب منهم بانهم لا يقومون بنشر تصحيح، في حين أجاب ما نسبته ١٥,١٪ منهم بالباً، كما عبر ٢١,٥٠٪ منهم أنهم نادرًا ما يقومون بالتصحيح

ترسله كرسالة لصديق: أجاب ما نسبته ٣٩,٥٠٪ بأنهم أبدًا لا يرسلونه كرسالة لصديق، وأجاب ٢٩,٤٠٪ بأنهم نادرًا جدًا ما يقومون بها.

الاكتفاء بالإطلاع على الموضوع: أجاب ما نسبته ٣٩,٨٠٪بأنهم دامًا يطالعون الموضوع وأجاب ٣٥,٨٠٪ بأنهم غالبًا ما يقرؤون الموضوع.

من خلال إجابات المبحوثين نلاحظ أن الفيس بوك يساهم في ايصال المواضيع البيئية إلى المستخدمين عبر تناقلها من خلال الصفحات، وأنهم يطالعون هذه المواضيع، وهي التي تدفع إلى زيادة نشاط القائم بالصفحة من خلال الضغط على زر الإعجاب من طرف زوار الصفحة تعتبر تشجيع على المواصلة في نشر المواضيع وزيادة الاهتمام بها لوجود قبول وتفاعل فيها، أو ذلك ما يتضح في أنه يتم فتح نقاش حول هذه المواضيع كانت إجابات المبحوثين نسبة متوسطة والتي قاربت النصف وهذا يدل على تنامي الثقافة البيئية لدلى المجتمع إذا إن باب النقاش يفتح باب التساؤل الذي بدوره يؤدي إلى تساؤلات تؤدي حتمًا إلى تنشيط القضية ومشاركتها على أكبر نطاق من خلال قنوات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٤): يوضح قبل مشاركة الموضوع البيني على الصفحة الشخصية في «الفيسبوك» المستخدم عايلي.

	درًا جدً	ناد	نادرًا	3	عيانًا	أح	غالبًا		الْهَا	3	أبدًا		
	%	ٽ	%	ت	%	ా	%	ٽ	%	ت	%	ت	
٠.	,		**,**		٠٠,٣٠	٠١.	+1,7+	٤٠	٩٨,٥٠	٣٣٩	**,**	٠.,	تقرأ الموضوع
													كاملًا
٠.	;		۱٤,٨٠	01	££,7+	107	17,80	70	,		45,0.	۸٥	تقرأ عنوان
													الموضوع فقط
,,	,,,,		٠١,٥٠	÷	۰۲,۷٥	۱۹۸	17,**	07	,		٣٤,٧٠	۸٥	تقرأ مصدر
													الموضوع فقط

,	٠.	٠١,٥٠	٠٥	٥٧,٣٠	197	17,7.	ov	,		7E,V•	۸٥	تقرأ عنوان
												ومصدر
												الموضوع فقط
۰۷,۳۰	70	۲۱٫۲۰	٧٣	۲٥,٦٠	٨٨	17,	00	۲9,9 .	1.4	**,**	• •	تتأكد
												من صحة
												الموضوع قبل
												إعادة نشره
												ومشاركته

قراءة الجدول

تبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (١٤): تبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (١٣): إن المستخدمين اثناء متابعتهم للمواضيع البيئية فأنهم يقومون بعدة أيقونات على الفيسبوك أين أجاب ما نسبته ٥٢,٣٠٪ المقدر عددهم ب (١٨٠) مفردة من المبحوثين بأنهم دائمًا يقومون بمشاركة الموضوع مع أصدقاء الصفحة، في حين أجاب ما نسبته ٧٠,٠٠٪ من المبحوثين بأنهم أحيانًا يقومون بالمشاركة، في حين أحرب ما نسبته ١٤,٢٠٪ منهم أنهم نادرًا ما يشاركونه، في حين أكد (٢٦٨) من أفراد العينة المقدرة نسبتهم ب ٢٠,٧٠ بأنهم يقومون بضغط زر الإعجاب بالموضوع في حين أجاب ، ٢١٨ ٪ بـ غائبًا، أما بالنسبة للتعليق على الموضوع فكانت النسبة ١٤,٧٠٪ بالنسبة للأفراد الذين يقومون أحيانا عليق، وفي المرتبة الثالثة الأفراد الذين غائبًا ما يقومون بالتعليق.

أما بالنسبة لفتح نقاش حول الموضوع فإن إجابات المبحوثين تتباين إذ عبر ما نسبته ٤١,٣ ٪ بأنهم لا يفتحون أبدًا ٤١,٣ ٪ بأنهم لا يفتحون أبدًا نقاشًا، في حين أكد بـ غالبًا ما نسبته ١٩,٥ ٪ أنهم يقومون بفتح نقاش، في حين اكتفى ما نسبته ١٩,٥ ٪ بالإجابة بنادرًا.

أما فيما يتعلق بنشر تصحيح أو إضافة معلومات مؤكدة عن نفس الموضوع فإنهم أجابوا ما نسبته ٢٤,٧٠٪ بأنهم لا يقومون بأي تصحيح أو تعديل وأجاب منهم بعالبًا، كما بأنهم أحيانًا يقومون بنشر تصحيح، في حين أجاب ما نسبته ١٥,١٪ منهم بعالبًا، كما عبر ٢١,٥٠٪ منهم أنهم نادرًا ما يقومون بالتصحيح

ترسله كرسالة لصديق: أجاب ما نسبته ٣٩,٥٠٪ بأنهم أبدًا لا يرسلونه كرسالة لصديق، وأجاب ٢٩,٤٠٪ بأنهم نادرًا جدًا ما يقومون بها.

الاكتفاء بالإطلاع على الموضوع: أجاب ما نسبته ٣٩,٨٠٪بأنهم دامًّا يطالعون الموضوع وأجاب ٣٥,٨٠٪ بأنهم غالبًا ما يقرؤون الموضوع.

نلاحظ من خلال إجابات المبحوثين أن المبحوثين فعلًا مهتمين بالمواضيع البيئة، وذلك يتضح من خلال قراءتهم للموضوع كاملًا، أين جاءت بنسبة جدًا مرتفعة ٩٨,٥٠٪ وبدرجة الديمومة، كما أن عنوان الموضوع والمصدر لا يشكلان فارق لدى المستخدم الفيسبوك كما نلاحظ أن المبحوثين لا يولون أهمية للتأكد من صحة المعلومات البيئية المتداولة، ويقومون بإعادة النشر في الفيسبوك أين تراوحت درجة الاهتمام بداهًا، غالبا، أحيانًا، وهو ما يجب التفطن والتأكد من صحة المواضيع قبل نشرها ومشاركتها مع الراي العام، وذلك لإعطاء نتائج إيجابية للبيئة وبناء منظومة اتصالية إلكترونية يترأسها المواطن، هدفها تحقيق التنمية المستدامة ومشاركة المواطن في تبني السلوك البيئي الإيجابي النشط اتجاه البيئة.

جدول رقم (١٥): يوضح قبل مشاركة مدى مساهمة الفيسبوك في نشر المواضيع البيئية

رًا جِدًا	ناد	نادرًا	i	ميانًا	-1	غالبًا		لْمُا	۵	أبدًا		
Х	ت	Х	ت	%	ت	%	ت	7.	ت	%	ت	
* * 7 * *	٠.	* * , * *	• •	**,**	••	٠١,٥٠	٠٥	۹۸,۳۰	የሦለ	,4.	٠١	كتابة موضوع
												ىيئي ىشكل
												نصي محمل
												ىفيديوھات
												والصور
-1,0-	-0	**,**	• •	٠٠,٣٠	-1	٠٠,٩٠	٠٣	۹۷,٤٠	770	* * , * *		يىقل الجدث
												مباشرة
٠٠,٣٠	-1	- 4,4"-	-1	,1-	٠٢	-1,0-	٠٥	۹۷,٤٠	770	••,••	••	إعادة نشر
												المعلومات
												بسرعة
-1,7-	۶٠	**,**	-1	٠٠,٣٠	٠١	٠٠,٣٠	٠١	٩٨,٠٠	227	٠٠,٠٠	•••	مشاركة
												الموضوعات مع
												صفحات ذات
												نفس الاهتمام
٠٧,٦٠	41	**,7*	٠٢	,٣.	-1	٠٠,٦٠	٠٢	۹٠,٧٠	414	,٣.	-1	مصادر بيئية
												متنوعة
												ومفتوحة من
												خلال المنظمات
												البيئية وماتنشره
												على صفحاتها
٠٠,٦٠	۰۲	, * .	٠١	,٩.	۰۳	۰٦,٧٠	44	91,4.	415	٠٠,٣٠	11	سهولة الانصمام
												إلى المنظمات
												البيئية والمشاركة
												في أعمالها البيئية

قراءة الجدول:

تبين من خلال أجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (١٥): أن للفيسبوك مساهمة في نشر المواضيع البيئة، حيث أجاب المبحوثين بنسبة ٧٩٨,٠٪ بدائمًا أن كتابة موضوع بيئي بشكل نصي محمل بالفيديوهات والصور يساهم في نشر الموضوع البيئي وهي نسبة جد كبيرة ،

كما أجاب ما نسبته ٩٧,٤٠ ٪ بــدائمًا أن تحميل مقاطع فيديو أثناء حث بيئي يساهم في نقل الحدث مباشرة.

أجاب ما نسبته ٩٧,٤٠ ٪دائمًا إن إعادة نشر المواضيع البيئية بسرعة يساهم في نشر الموضوع البيئي بسرعة.

أجاب ما نسبته ٩٠,٧٠ ٪دامًا أنهم يعتبرون الفيسبوك من مصادر بيئية متنوعة ومفتوحة من خلال المنظمات البيئية وما تنشره على صفحاتها.

أجاب ما نسبته ٩١,٣٠ ٪ دائمًا أنهم يسمح لهم بالانضمام إلى المنظمات البيئية والمشاركة في أعمالها البيئية.

كما أجاب ما نسبته ٩٨,٠٠٩ ٪من المبحوثين بأن مشاركة الموضوعات البيئية مع صفحات ذات نفس الاهتمام يساهم في نشر المواضيع البيئية.

نلاحظ من خلال إجابات المبحوثين الذين كانت إجابتهم كلها متقاربة الدور الذي يؤديه الفيسبوك في نشر المواضيع البيئية، باعتبار الفيسبوك منصة إعلامية تواصلية مع مختلف شرائح المجتمع أين تذوب فيه قواعد الاتصال التقليدي، فإن الدور الذي يؤديه في قضايا البيئة هو متعدد الأدوار، من خلال إتاحة الموضوعات البيئية بصيغ مختلفة وعرضها على واجهته، ليتم مشاركتها والتعليق عليها، وهو ما يؤدي إلى بناء رأي حول القضية البيئة، التي أثيرت كما أنه يخاطب مختلف طبقات المجتمع، لحثهم على العمل البيئي ودور الأفراد في المحافظة على البيئة، من خلال إعلامهم بالحقائق البيئة ومشكلاتها، وكيفية التعامل مع القضايا البيئية، وكذا فتح المجال إمام الانخراط في المنظمات البيئة التي تعنى بها .

جدول رقم (١٦): يبين هل العيش في بيئة نظيفة وسليمة حق أم واجب ؟

النسبة	التكرار	
۸۳,۲۰	444	حق
۱٦,٨٠	٥٨	واجب

قراءة الجدول

تبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (١٦): إنه أجاب (٢٨٨) من أفراد العينة ممثلة بنسبة ٨٣,٢٠٪ على اعتبار أن العيش في بيئة نظيفة وسليمة حق، في حين أجاب (٥٨) من أفراد العينة ممثلة ١٦,٨٠ ٪على أنها واجب.

نلاحظ من خلال هذه الأجابات أن النسبة الأكبر من المبحوثين يدركون أن من حق الإنسان العيش في بيئة نظيفة وسليمة كما جاء في القانون الدولي للبيئة والذي أقره مؤتر استكهول، في حين أن الأقلية تعتبر أنه واجب، يعود هذا الاختلاف بين المفهومين، وعدم وجود التفرقة بينهم إلى غياب الرابط القانوني في المواضيع البيئية التي يتم تداولها، وعدم التعريف بالقوانين البيئة، وما يجب على الإنسان أن يفعله، وماهي حقوقه البيئي

جدول رقم (١٧): يبين المؤمّرات الدولية البيئية التي يمتلك المبحوثين معلومات حولها.

النسبة	التكرار	
۳۸,٤٠	١٣٣	استكهولم
10,9-	00	ريوديجانيرو
٤٥,٧٠	10/	كوبنهاغن
14,14	* *	جوهانسبرغ
11,11	• •	لا أعرف

قراءة الجدول

تبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (١٧): إن مؤمّر كوبنهاغن احتل المرتبة الأولى والذي عبر عنه (١٨٥) مفردة من المبحوثين بنسبة ٤٥,٧٠٪ بأنهم علكون معلومات حوله، كما جاء في المرتبة الثانية مؤمّر استكهوم ب (١٣٣) مفردة من المبحوثين بنسبة ٣٨,٤٠٪ ليحتل المرتبة الثالثة مؤمّر ريو دي جانيرو ب (٥٥) مفردة من المبحوثين بنسبة ١٥,٩٠٪.

نلاحظ أن أفراد العينة لديهم معلومات حول مؤتمر كوبنهاغن وهو يعد من المؤتمرات التي عقدت في العشرية الآخيرة(٢٠٠٩)، الذي تم مناقشة قضية التغير المناخي فيه، أي أن الحس البيئي بدأ يزداد بانعقاد هذه المؤتمرات، التي تحاول أن تجد حلول للقضايا البيئة ومساهمة المجتمع الدولي في تبني أفعال وسلوكات إيجابية للحفاظ على البيئة، غير أن مؤتمر استكهوم(١٩٧٢)، الذي جاء في المرتبة الثانية يعد من أوائل المؤتمرات التي فتحت أفاق الاهتمام بالبيئة ورسمت خريطة الطريق اتجاه المشاريع التنموية المسدية التي هدفها الحفاظ على المنظومة البيئة. أما مؤتمر ريو دي جانيرو الذي بدأت سلسلة انعقاداته تظهر في سنة (١٩٩٢) ليكون المؤتمر الدولي الذي يهتم بقضايا التنمية والبيئة والنزاع القائم بينهما.

جدول رقم (١٨): يبين تقييم الوضع البيئي في الجزائر

	التكرار	النسبة
جيد	4.4	4 4 4
حسن	444	77,7+
متوسط	311	۳۲,۹۰
رديء	٠٢	٠٠,٦٠
لا اعلم	.1	4 4 , 7 4

قراءة الجدول

تبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (١٨): أن (٢٢٩) من أفراد العينة عِثلون نسبة ٢٦٦,٢٠٪ يرون أن الوضع البيثي في الجزائر حسن في حين

أن(١١٤) من أفراد العينة بنسبة ٣٢,٩٠٪ يرون أن الوضع البيئي متوسط في حين اثنان من أفراد العينة صنفاه ضمن الوضع البيئي الرديء.

نلاحظ أن إجهالي آراء المبحوثين حول الوضع البيئي في الجزائر تم تصنيف على أنه حسن في مقابل فئة قليلة عمل ثلث العينة صنفته ضمن الوضع البيئي المتوسط.

جدول رقم (١٩): يبين ترتيب المشكلات البيئية في الجزائر

٦		٥		٤		٣		۲		١		
Х	ت	%	ت	%	ت	%	ت	Х	ت	Х	ت	
۲٥,٠٠	۸٦	۳۰,۸۰	1.7	۲٥,٠٠	٧٢	٠٠,٩٠	٠٣	18,00	٤٨	۰۸,٤٠	79	التلوث
17, • •	00	٤٥,٦٠	100	۰۰,۳۰	٠١	۱٥,٧٠	٥٤	۰۸,۱۰	۲۸	18,4.	દવ	العيرات
												المناخية
• • , • •	• •	٠٠,٣٠	•1	17,4+	۸٦	۲۲,1 -	٧٦	٥٢,٣٠	۱۸۰	٠٠,٣٠	• 1	ندرة المياه
٠٧,٠٠	72	10,8-	٥٣	۲٠,٩٠	٥٨	٤٥,١٠	100	,		۱٥,٧٠	٥٤	زيادة عدد
												السكان
47,7.	177	٠٧,٦٠	77	10,1-	٥٢	17,	00	45,7.	۸٥	**,**		انقراض
												عدد من
												الحيوانات
۱٤,۸۰	01	٠٠,٣٠	-1	44,1 -	٧٦	٠٠,٦٠	٠٢	٠٠,٩٠	٠٣	71,50	711	النفايات

قراءة الجدول

يتبين من خيلال إجابيات المبحوثين الموضحية في الجيدول رقيم (١٩): إن النفاييات جاءت في المرتبة الأولى واعتبارها أكبر المشكلات البيئية في الجزائر بنسبة ٦١,٣٠ لتليها مشكلة ندرة المياه في المرتبة الثانية بنسبة ٥٢,٣٠ وتحل في المرتبة الثالثة زيادة عدد السكان بنسبة ٤٥,١٠ والمرتبة الرابعة التلوث بنسبة ٢٥,٠٠ لتأتي كلا من

التغيرات المناخية في المرتبة الخامسة بنسبة ٤٥,٦٠ وانقراض عدد من الحيوانات بنسبة ٣٦,٦٠ في المرتبة السادسة والأخيرة .

نلاحظ من خلال إجابات المبحوثين أن المشكلات البيئية حسبهم تنطلق فعلًا من المشاكل التي يصادفونها في حياتهم اليومية، أين نرى النفايات في المرتبة الأولى وهو المشكل الذي يعاني منه الفرد الجزائري ويؤثر على المظهر الحضاري والعمراني للبيئة وينعكس بالسلب على المنظومة البيئة باعتبارها مصدر لانتشار آفات جديدة تؤثر على التوزان البيئي في الجزائر، إلى جانب احتلال ندرة المياه المرتبة الثانية واعتبارها نقطة مهمة في حياة الفرد لأنها تلامس احتياجاته اليومية وأي نقص أو احتياج لهذه المحافظة على عنصر الحياة وترشيد استهلاكه. وجب أن تكثف حملات التوعية والتحسيس للمحافظة على عنصر الحياة وترشيد استهلاكه. زيادة عدد السكان يتطلب إيجاد مصادر جديدة لاستهلالك وهو ما يؤدي إلى الاجتياح العمراني على حساب المناطق الخضراء، وبالتالي إحداث خلل في البيئة وتحويلها من بيئة المعمراني على حساب المناطق الخضراء، وبالتالي إحداث خلل في البيئة وتحويلها من بيئة البشرية في المرتبة الأولى، باعتبار أن الإنسان والبيئة عملان لوجهة واحدة، فكل منهما يؤثر في الآخر، أما التغيرات المناخية فإن الجزائر من بين الدول التي أثرت عليها وذلك بالنسبة إلى موجات الحر وموجات البرد التي شاهدتها البلاد في السنوات الأخيرة، إلى جانب انقراض عدد من الفصائل الحيوانية.

جدول رقم (٢٠): عثل مدى الموافقة على أن سلوك الفرد يؤثر سلبًا أو إيجابًا على البيئة

لا أوافق حدًا	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق حدًا	
4 4	4.4	-4	1.7	750	التكرار
	11	٠٠,٦٠	٣٠,٩٠	٦٨,٥٠	النسبة

قراءة الجدول

يتبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (٢٠):أجاب ٢٣٧ مفردة من المبحوثين بنسبة ٦٨,٥٠ أنهم موافقون جدًا على أن سلوك الفرد يؤثر على البيئة في حين وافق ١٠٧ مفردة بنسبة ٣٠,٩٠ في حين اكتف مفردتان بالإجابة بالحياد

نلاحظ من خلال إجابات المبحوثين أن افراد العينة يوافقون على أن سلوك الفرد ينعكس على البيئة سواء كان سلوكًا سلبيًّا أو إيجابيًّا، وهو ما يدفع إلى التركيز على هذا الجانب من السلوكيات وحثهم على انتهاج سلوكات ايجابية مع البيئة.

جدول رقم (٢٧):يبين ترتيب الإجراءات التي سيقوم بها المستخدمون لحماية البيئة

		تقلس ستخد م اطاحروقات	شر ۽ مستجان صد نقة لليشه	الجنجافظة على الجماه	فرر الىفىلات ،غىزلىة	عدم الرمي العشو في النفءاب	استهمال هسجان يكاد تدويرها	التقلس مر, اسسهلاك الطافة الكهر مئية،	امتافد م مصامح مقدمدة للطافة	ستخداموس، گل المقن الجماعي
	·3	041	:	AG.	3-	Ľ.	:	:	:	:
-	8	*1.54		10,1.	-L*	-1'44	****		***	
	٠,	:	36	ó	144	i-	:	٠	34	g _e
2-	#	:	10,4.	12,0.	٣٧,۴٠	.,4		٠٠,٢٠	*2,5 *	٠٠.٦٠٠
	o	:	:	٧4	à.	4+1	1.	۸Ę). *	Λ£
۲.	ê	:	:	۲۲,۰۰	-1,	,44.	,۲.	۲۱,۵۰	4,44	YEE
	ū	:	÷	٠,	X.	VO	:	ΔO	VAI	4.
м	8	:	,F.	,T.	-L*+A	-4.34		11,71	17,7.	٠٠,٢٠
	0		÷	:	1-	ž.	٧٥	6	١٥	30
0	8	:	- J		*,1***	-3°L-	v£,A.	-V'31	11,7-	-V,01
	0	7	:	1.	QV	1-	44	* +	•0	YAI
-	P	4.7		*,1,**	*&'34	***	.1.5.		15,0+	۲۷,۲۰
	0	:	:	TAL	1-	;	VO	Ľ.	*	, ۲
>	æ	1		-X"L4	+ <u>A</u> ! +=		۰۸'34	-1'44	*****	*L'**
	o o	6	AA	LV.	:	:	00	٠,	7-	29
<	F	٠٤,٨٠	10,9.	*1,14			17,	- A	-3"1.	15,4"
	17	ė.	:	:	:	00	:	:	ŗ.	:
a*	£	41,14				11,			j.	
	·a	\$	-	:	30	:	30	γę	<i>-</i> :	ul 2-
±	8	-3'44	***	****	10,4.	:-:	٠٨'٥١	* 3"34	<u>.</u> .	٠٠,٧٠

يتبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (٢١): إن المبحوثين قاموا بترتيب الإجراءات التي تساهم في المحافظة على البيئة وقد جاء التقليل من استخدام المحروقات في المرتبة الأولى بنسبة ٣٦,٣٠٪، ليأتي في المرتبة الثانية فرز النفايات المنزلية بنسبة ٢٩,٠٠٪، ليحتل بعدها المرتبة الثالة عدم الرمي العشوائي للنفايات بنسبة ٢٩,٠٠٪، وفي المرتبة الرابعة استخدام المصابيح مقتصدة للطاقة بنسبة ٢٧,٢٠٪، وفي المرتبة الحامسة المشاركة في أيام تطوعية لخدمة البيئة بنسبة ٢٥,٧٠٪ وفي المرتبة السادسة التقليل من استخدام الطاقة الكهربائية بنسبة ٤٤,٤٠٪، وفي المرتبة السابعة المحافظة على المياه بنسبة استخدام الطاقة الكهربائية بنسبة منتجات صديقة للبيئة بنسبة ٢٥,٠٠٪، وفي المرتبة التاسعة السبعة المحافظة على المياه التخدام الستعمال منتجات يعاد تدويرها بنسبة ٢٤,٨٠٪، والإجراء الأخير كان من نصيب استخدام وسائل النقل النقل البهاعي بنسبة ٢٠٨٠٪.

نلاحظ من خلال الإجراءات التي يرى المبحوثين أنها تساهم في المحافظة على البيئة، أين جاء التقليل من استخدام المحروقات، فرز النفايات وعدم الرمي العشوائي لها في المراتب الأولى، وهذا راجع إلى أن هذه الاجراءات في متناول جميع أفراد المجتمع، ويمكن لجميع الأفراد المشاركة فيها، كما أن الجهد المبذول لللقيام بها بسيط، استخدام المصابيح المقتصدة للطاقة بدأ يتسع في الانتشار من طرف أفراد المجتمع، وذلك راجع إلى حملات التحسيس التي تقوم بها مؤسسات الغاز والكهرباء، كما أن الفاتورات المرتفعة أرهقت المواطن فأصبح يبحث عن بدائل يحقق بها نفس الإشباع وبأقل ثمن، غير أننا نلاحظ أن المحافظة على المياه احتلت المرتبة السابعة، وهذا راجع إلى أن المجتمع لا يدرك أهمية المحافظة على المياه، وما لها دور في تحقيق التوازن البيولوجي داخل المنظومة البيئية، كما أن هذه المرتبة وجب التنبيه لها وتوعية وتحسيس أفراد المجتمع بضرورة تبني نهج المحافظة على الثروة المائية وعدم إهدارها وحثهم على أنه فعل يساهم في المحافظة على نصيب الأجيال القادمة من الثروة المائية، شراء منتجات صديقة للبيئة ومنتجات يعاد تدويرها، تكاد تغيب هذه

المنتجات في المحلات والأسواق وذلك لغياب الرقابة والضبط على تداول السلع البيئية أو السلع البيئية أو السلع الخضراء كما أن ثقافتها غير منتشرة في مجتمعنا.

إن استخدام وسائل النقل الجماعي يحتل المرتبة الأخيرة، وذلك راجع إلى النقص الذي يعاني منه قطاع النقل في الجزائر وعدم استجابته للمقاييس العالمية، كما أن خدمات النقل في الجزائر تعتبر متأخرة مما يجعل الفرد الجزائري يتنقل في سيارته الخاصة على حساب النقل الجماعي، لغياب الرقابة والتنظيم في التسيير وعدم تلبيتها لرغبات المواطن، مما أدى إلى فجوة بين العرض والطلب على وسائل النقل الجماعي في الجزائر الذي حقق فرار جماعي للاستخدام الفردي لوسائل النقل، وبالتالي زيادة الضغط على المدن وزيادة الطلب على المحروقات، وبالتالي الزيادة في حرق الغازات التي تضر بالبيئة وتزيد من تعميق التلوث كامل أشكاله.

جدول رقم (٢٢): يبين درجة المسؤولية لدى مختلف الجهات الفاعلة في مجال حماية البيئة

لا أعرف		متوسطة		قوية		
7.	ా	%	Ü	Х	ت	
01,1	٥٢	•	4	۸٤,٩	797	الهيئات التنفيذية الرسمية
18,1	01	1,7	٤	٨٤	474	وسائل الإعلام التقليدية
						والإلكترونية
١٦	00	٠,٩	٣	۸۳,۱ ۲۸٦		الجمعيات البيئية
						والأحزاب السياسية
10,7	0٤	٠,٦	۲	۸۳,۷	YAA	المدارس والجامعات
10,8	٥٣	1,٢	٤	۸۳,٤	۲۸۷	المساجد ودور العبادة
70,7	07	١,٥	٣	۷٣,٣	101	الأسرة

قراءة الجدول:

يتبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (٢٢): أنه أجاب ما نسبته ٨٤,٩٠ من المبحوثين أن درجة المسئولية لدى الهيئات التنفيذية الرسمية الفاعلة في حماية البيئة قوية، كما أجاب ما نسبته ١٥,١٠ ٪ من المبحوثين أنهم لا يعرفون درجة المسؤولية.

في حين أجاب ما نسبته ٨٤,٠٠٪ من المبحوثين أن درجة المسئولية قوية لدى وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية، في حين أجاب ما نسبته ١٤,٨٠٪ من المبحوثين بأنهم لا يعرفون درجة مسئوليتها.

أجاب ما نسبته ۸۳٬۱۰٪ من المبحوثين أن درجة المستولية لدى الجمعيات البيئية والأحزاب السياسية قوية في حين أجاب ما نسبته ١٦٬٠٠٪ أنهم لا يعرفون درجة المستولية.

أجاب ما نسبته ۸۳٬۷۰٪ من المبحوثين أن درجة المسئولية لدى المدارس والجامعات قوية، في حين اكتفى ١٥٫٧٠٪ بالإجابة بأنهم لا يعرفون درجة المسئولية.

كما أجاب ما نسبته ٨٣,٤٠ ٪ من المبحوثين أن درجة المسئولية للمساجد ودور العبادة قوية، في حين اكتفى ١٥,٤٠٪ بالإجابة بأنهم لا يعرفون درجة المسئولية.

أجاب ما نسبته ٧٣,٣٠ ٪من المبحوثين بأن للأسرة درجة مسئولية قوية في حين اكتفى ٢٥,٢٠ ٪بأنهم لا يعرفون درجة المسئولية.

نلاحظ من خلال تعليل الجدول أن الهيئات التنفيذية الرسمية لها درجة مسئولية قوية في مجال حماية البيئة، وذلك راجع إلى المتخصصيين البيئيين، الذين يديرونها كما أنها تعد مصدر القرار في تغيير الأوضاع البيئية، وبالتالي رسم السياسات والاستراتيجيات البيئية، التي يكون لها تأثير في قلب الأوضاع البيية، ليأتي دور وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية، وكذا الجمعيات البيئية والأحزاب السياسية، المدارس، الجامعات، المساجد ودور العبادة بنفس درجة المسئولية في قوة التأثير للمحافظة

على البيئة ليأتي حسبهم دور الأسرة في المرتبة الأخيرة، وهذا يدل على المبحوثين يجدون أن كل الأطراف المشار إليها في الجدول لديها درجة من المستولية في مجال حماية البيئة والمحافظة عليها. وأن الجمعيات البيئية والأحزاب السياسية درجة المستولية لديها قوية.

جدول رقم (٢٣): يبين مدى موافقة المستخدمين على تضافر الجهود الدولية لحماية البيئة

النسبة	التكرار	
09,7+	۲٠	أوافق جدًا
۲٥,١٠	AV	أوافق
10,	70	محايد
٠٠,٦٠	٠٢	لا أوافق
11,11	4.4	لا أوافق جدًا

قراءة الجدول

يتبين من خلال إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (٢٢): أجاب (٢٠٥) مفردة من المبحوثين بنسبة ٥٩,٢٠٪ بأنهم يوافقون جدًا على أهمية تضافر الجهود الدولية لحماية البيئة، في حين أجاب (٨٧) مفردة وهو ما تمثله نسبة ٢٥,١٠٪ بأنهم يوافقون على أهمية تضافر الجهود الدولية في مجال حماية البيئة في حين اكتفى (٥٢) مفردة أي ما تمثله نسبة تماور الجهود الدولية في مجال حماية البيئة في حين اكتفى (٨٥) مفردة أي ما تمثله نسبة تضافر الجهود الدولية بالحياد، كما أن اثنان من مفرادت العينة أجابوا بعدم الموافقة على أهمية تضافر الجهود الدولية لحماية البيئة.

نلاجظ من خلال إجابات المبحوثيين أنه لديهم قناعة ووعي بأن القضايا البيئية عالمية تحتاج إلى تضافر الجهود الدولية، من أجل التوصل إلى قرارات فعلية تساهم في المحافظة على البيئة، وتحقيق التوازن لضمان سلامة العيش الأمن في بيئة نظيفة سليمة ومستدهة.

جدول رقم (٢٤): يبين مدى موافقة المستخدمين على إدراج التربية البيئية في كافة المناهج التعليم.

السبة	التكرار	
٥٨,٧٠	۲.	أوافق جدًا
٠١,٤٠	٠٥	أوافق
٣٩,٦٠	150	محايد
• • ,٣•	.1	لا أوافق
,	11	لا أوافق جدًا

قراءة الجدول

يتبين من خلال اجابات المبحوثين الموضحة في الجدول رقم (٢٤):انه اجاب(٢٠٣) مفردة بنسبة ٥٨,٧٠٪ من المبحوثين انهم يوافقون جدا على ادراج التربية البيئية في كافة مناهج التعليم، في حين اكتفى (١٣٧) مفردة من المبحوثين بنسبة ٣٩,٦٠٪ من المبحوثين بالحياد، في حين لم يوافق مفردة واحدة على ادراجها ضمن مناهج التعليم.

نلاحظ من خلال إجابات المبحوثين أن إدراج التربية البيئي ضمن مناهج التعليم يلقى القبول لدى أفراد البيئة وهو ما ينعكس على النسبة الكبيرة التي رشحت إدراجها ٥٨,٧٠٪ لما لها انعكاسات تعليمية على التعامل مع البيئة وكيفية التأقلم والعيش مع قضايا البيئة وربطها مختلف جوانب الحياة في حين أن فئة قليلة كانت إجابتها حيادية.

* * *

خاتمة:

إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة وضرورة حسن استغلال الموارد الطبيعية في البيئة، مع إدراك المشكلات البيئية واقتراح أنسب، الأساليب لمواجهة هذه المشكلات، كما يقصد بتنمية الحس البيئي أو التوعية البيئية عملية بناء، وتنمية اتجاهات، ومفاهيم، وقيم، وسلوكيات بيئية لدى الأفراد، بما ينعكس إيجابًا على حماية البيئة، والمحافظة عليها وتحقيق نوع من العلاقات المتوازنة التي تحقق الأمان البيئي، كما يتضح لنا أن الوعي البيئي يقوم أساسًا على وجود سلوكيات واتجاهات متوازنة تجاه البيئة وهو يتضمن: نوع من الإدراك والفهم لطبيعة المشكلات، نوع من الإيجابية والمشاركة لمواجهة هذه المشكلات، فمفهوم التحسيس عادة ما يرتبط بتحرك نحو سلوك إيجابي، بعكس المعرفة التي ربا لا يصلح بها سلوك إيجابي، فقد يدرك الفرد ويعرف المشكلات البيئية في مجتمعة جيدًا، بينها قد لا يتم سلوكه عن هذه المعرفة والإدراك البيئة تعتمد التوعية البيئية على ثلاث أفكار رئيسية كل منها عثل مرحلة معينة:

- التوعية من خلال تنمية الإدراك عن البيئة.
- التوعية والتي تشمل المعرفة بالبيئة، وتجعل الثقافة وسيلة من وسائل التكيف
 مع البيئة.
- توعية الفرد على أنه شخص يعيش في بيئة ذات نوعية معينة، ويتكون لديه إلزام خلقي نحوها، وهو يتحمل جزءًا من مسئولية مشكلات البيئة ومحاولة حلها، فهي توعية من أجل البيئة.

وهذه المحاور مترابطة، تمشل مراحل يعتمد كل منها على الآخر، ففي المرحلة الأولى يحاول الفرد اكتشاف الطبيعة من خلال الملاحظة والتعرف على مكونات البيئة وعناصرها.

قشل المرحلة الثانية مرحلة التركيز على التعليم باستخدام البيئة أو باستخدام عناصر من البيئة يستطيع الفرد التفاعل معها، وذلك من خلال لمس الناحية الوجدانية والانفعالية لدى الجمهور المستهدف.

أما المرحلة الثالثة من محاور التوعية البيئية وتمثل التوعية والتربية من أجل البيئة، والتربية من أجل البيئة والتي تؤكد على الاهتمام بالبيئة وتنمية المهارات والقيم التي تشكل السلوك الإنساني، بهدف تنمية الاتجاهات ومستويات الفهم التي تؤدي إلى أخلاق بيئية ايجابية تجعل الفرد أكثر تفاعلًا مع بيئته ومشاركًا في وضع الحلول للحد من مشكلاتها، وذلك من خلال التنبيه عبر وسائل الإعلام الإلكتروني

أن الفيسبوك يحتل الصدارة ضمن المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في استقاء المواضيع البيئية أين أجاب ما نسبته ٥٥٧،٤ ٪من المبحوثين أنهم داءًا يعتمدونها كمصدر مهم لاستقاء المعلومات.

إن نسبة استخدام الوسائل التقليدية يعتبرونها قد قلت بشكل كبير بنسبة ٤٠,٥٠٪، أجاب نسبة ٢٧,٠٠٪ بأن نسبة استخدامهم للإعلام التقليدي لم تزد ولم تقل أي أن استخدامهم للفايس بوك لم يؤثر على استخدامهم للصحف المطبوعة الراديو والتلفزيون، في حين كانت إجابات الزيادة بشكل كبير، ممثلة بنسبة ٢١,١٠٪.

إن الإعلام التقليدي أكثر مصداقية من الفيسبوك، كما يقدم تغطية أكثر شمولًا و تغطية أكثر مهنية، إلى جانب اهتمامه بذكر الحقائق، ويضم صحفيين أكثر احترافا، ومصداقية مصادره تهت الموافقة على هذه الخصائص بالموافقة جدًا بنسبة ١٠٠ ٪.

إن ٤٠,٥٠ ٪ تمثل نسبة افراد العينة الذين نسبة استخدامهم للوسائل الإعلام التقليدية قلت، اين اجاب بموافق جدًا ما نسبته ٩٧,٧٠ ٪ من المبحوثين الذين قلت نسبة استخدامهم للراديو، الصحف المطبوعة، التلفزيون وهذه النسبة تتمثل في أن الفيسبوك أكثر مصداقية من وسائل الإعلام التقليدية، والتي عبر عنها٩٧,٧٠٪ من المبحوثين، كما وافق جدًا ٩٦,٥٠ ٪ من المبحوثين على أن التغطية الحية للحدث عبر الفيسبوك، في حين يرى ٢٩,٥٠٪ من المبحوثين أن مصداقية الأخبار سبب في متابعة المواضيع البيئية عبر الفيسبوك. إلى جانب أنه تم الموافقة بموافق جدًا على أن أشكال الأخبار متنوعة في الفيسبوك نص، صورة، فيديو في حين أن ٩٥,٧٠٪ من

المبحوثين أجابوا بأنهم محايدون على أنه لا توجد رقابة على الفيس بوك في مقابل وافق جدًا ٣٨,٢٠٪ من المبحوثين.

إن المعايير التي تحدد مصداقية صفحات الفيسبوك تختلف باختلاف المبحوثين وهو ما نلاحظ في إجاباتهم أين وافق جدًا ما نسبته ٨٣,٤٠٪ من المبحوثين بأن معيار نقل المعلومات كاملة شاملة يحدد مصداقية صفحات المستخدمين عبر الفيسبوك، في حين وافق ما نسبته ١٦,٣٠٪ من المبحوثين الممثلين، وتأتي في المرتبة الثانية من حيث النسبة والمقدرة ب ٨٢,٠٥٪ أنهم يوافقون جدًا على الاهتمام بإدراج الحقائق فقط بالصوت، الصورة والفيديو يعد من بين عوامل مصداقية الصفحات وهي ذات النسبة التي أجاب بها المبحوثين باعتبار الوضوح وبساطة اللغة من بين العومل التي تحدد مصداقية الصفحات على الفيسبوك. لتاتي في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٢,٣٠٪ يرون أن الدقة في التحرير تساهم في مصداقية الصفحات، كما نال عامل الانصاف والنزاهة ما نسبته ٤٠،١٠٪ »، في حين أجاب ما نسبته ١٦,٣٠٪ من المبحوثين بأن عامل التوازن في طرح الموضوع يحدد مصداقية الصفحات.

أن المواضيع البيئية التي تنشر في الفيسبوك بأنها تحمل هذه الميزات، أين أجاب ما نسبته ٦٨,٦٠٪ بموافق جدًا والتي احتلت الصدارة على أن سهولة اختيار الصفحات التي تتفق والميولات البيئية، وما نسبته ١٦,٠٠٪ بالموافقة، في حين ١٥,٤٠٪ أجاب بالحياد. وهو التطبيق الذي الموجود في الفيسبوك الذي يسهل عملية البحث عن الصفحات ذات نفس الاهتمام.

دور الفيسبوك في التحسيس بالقضايا البيئية:

أن متابعة المواضيع البيئية عبر صفحات (الفيسبوك) تحقق مايلي:

أجاب بالموافقة جدا ما نسبته ٩٨,٨٠ ٪من المبحوثين بأن إطلاعهم على المواضيع البيئية عبر الفيسبوك مكنتهم من المشاركة في الحملات التطوعية البيئية،

كما أجاب بالموافقة جدًا ما نسبته ٧٧,٠٠٠ ٪ بأنها تعزز من المشاركة في التحسيس البيئي في حين أجاب ٢٢,١٠ ٪ بأنهم موافقون على أنها تعزز من التحسيس

بالقضايا البيئية، وبنسبة ٧٠,١٠ ٪ بن إجابتهم كانت بالموافقة جدًا على أنها تزيد من المعرفة بالمواضيع البيئية وتساهم في الإطلاع على الإحداث البيئية الأتية، في حين أجاب ٢٩,٧٠ ٪ منهم بأنهم موافقون .

أجاب ما نسبته ٦٣,١٠ ٪ من المبحوثين بالموافقة جندًا على أنها تساعد على فهم وإدراك المشكلات البيئية اما ٢١,٥٠ ٪ فإنها اكتفت بالموافقة في حين أن نسبة ١٥,٤٠٪ أجابت بالحياد.

أجاب ما نسبته ٤١,٣٠ ٪ من المبحوثين انها تمكن من التعبير عن الاراء الشخصية حول الاحداث البيئية، وسهولة التواصل مع الهتمين والمختصين بقضايا البيئة الى جانب المساهمة في تقديم اقتراحات وحلول بالموافقة جدًا، في مقابل ذلك أجاب ٢٢,٤٠٪ بالموافقة في حين عبر بنسبة ٣٦,٣٠٪ بالإجابة بالحياد بأنها تمكن من التعبير عن آراء الاخرين، أما بالنسبة لسهولة التواصل مع المهتمين والمختصين بقضايا البيئة أجاب بالموافقة مانسبته بالنسبة لسهولة التواصل مع المهتمين والمختصين بقضايا البيئة، في مقابل ذلك أجاب ما نسبته ٢٠,٠٠٪ بالها تتيح لهم التواصل مع المسئولين عن البيئة، في مقابل ذلك أجاب ما نسبته ٢٠,٠٠٪ والمقدر عددهم ب (١٧٤) مفردة بأنهم محايدون

أن الشبكات البيئية الخاصة بالإعلام الاجتماعي، المدونات، المنتديات والتي عبر عنها المبحوثين بأنهم يستمدون المواضيع البيئية من خلال الصفحات التي تغذيها المنتديات والمدونات الإلكترونية، أين أجاب المبحوثين بأنهم دائمًا ما يستخدمونها بنسبة ٢٤,٤٠ ٪ وأجاب بأحيانًا ما نسبته ١٧,٢٠٪ بـــ غالبًا.

الصفحات الخاصة بالصحف أجاب المبحوثين بأنهم غالبًا مايستخدمونها ما نسبته ٥٨,١٠ ٪ في حين اكتفى ٢٤,٤٠٪ أنهم لا يستخدمونها كصدر في تغذية الصفحات البيئية، وأجاب ١٥,٧٠ ٪بأنهم أحيانًا يستخدمونها.

الصفحات الخاصة بالإذاعات أجاب المبحوثين بأحيانًا ما نسبته ٣٧,٨٠ ٪، بأنهم يعتمدونه داءًا بنسبة ٢٥,٠٠ ٪ أما نسبة ٢١,٥٠ ٪ من المبحوثين فأنهم اكتفوا بالإجابة بنادرًا ما يستخدمون الإذاعات كمصدر مغذي للمواضيع البيثية .

الصفحات الخاصة بالقنوات الإخبارية عبر المبحوثين بنسبة ٢٠,٩٠٪ بـ غالبًا ، ودائمًا ما نسبته ٢٠,٣٠٪ وأحيانًا ما نسبته ٢١,٢٠٪، بأنهم يستخدمون الصفحات الخاصة بالقنوات الأخبارية لتغذية المواضيع البيئية.

الصفحات الخاصة بالأحزاب الخضراء والجمعيات البيئية أجاب بــدامًا ما نسبته ٤١,٦٠ ٪ وغالبًا ما نسبته ٣٦,٦٠ ٪ وأحيانًا ٢١,٨٠ ٪ بأنهم يستخدمونه كمغذي للمواضيع البيئية .

الصفحات الخاصة بالهيئات المسئولة عن البيئة في الدولة أجاب بداهً ١٠,٣٨١٪ وأجاب ٢٤,٤٠٪ بأنهم أبدًا لا يتستخدمونها كمصدر مغذي للصفحات البيئة التي يتابعونها، كما أجاب ما نسبته ٢١,٥٠٪ بـ غالبًا أمًا أحيانًا فقد أجاب عليها ما نسبته ٢١,٥٠٪.

الصفحات الخاصة بالمتخصصين في البيئة أجاب المبحوثين بنسبة ٥٢,٦٠ بأنهم دائمًا يتستخدمونها كمصدر مغذي للصفحات البيئة التي يتابعونها وأجاب ما نسبته ٢٤,٧٠ ٪ بـ أبدًا وأحيانًا بنسبة ١٤,٨٠ ٪ وغالبًا بنسبة ٧٠٨٠.

الصحات الخاصة بالمواطن الصحفي اجاب المبحوثين بـداثمًا ما نسبته ٨٣,٧٠٪ وغالبًا ما نسبته ١٥,١٠٪ .

المستخدمين أثناء متابعتهم للمواضيع البيئية فإنهم يقومون بعدة أيقونات على الفيسبوك أين أجاب ما نسبته ٥٢,٣٠٪ بأنهم دائمًا يقومون بهشاركة الموضوع مع أصدقاء الصفحة، في حين أجاب ما نسبته ٧٠,٣٠٪ من المبحوثين بأنهم أحيانًا يقومون بالمشاركة، في حين أعرب ما نسبته ١٤,٢٠٪ منهم أنهم نادرًا ما يشاركونه، في حين أكد ٧٧,٩٪ بأنهم يقومون بضغط زر الإعجاب بالموضوع في حين أجاب ٢١,٨٠٪ بيانسبة للتعليق على الموضوع فكانت النسبة ٢٧,٢٠٪ ، بالنسبة للأفراد الذين أجابوا بددائمًا، لتليها نسبة ١٤,٠٠٪ من الأفراد الذين يقومون أحيانًا بالتعليق، وفي المرتبة الثالثة الأفراد الذين غالبًا ما يقومون بالتعليق.

أما بالنسبة لفتح نقاش حول الموضوع فإن إجابات المبحوثين تتباين إذ عبر ما نسبته ١٩,٣ ٪ بأنهم لا يفتحون أبدًا ٤١,٣ ٪ بأنهم أحيانًا يقومون بفتح النقاش، كم عبر ما نسبته ٢٩,٤٠ ٪ بأبنهم لا يفتحون أبدًا نقاشا، في حين أكد ب غالبًا ما نسبته ١٩,٥ ٪ أنهم يقومون بفتح نقاش، في حين اكتفى ما نسبته ٠٨,٥٠ ٪ بالإجابة ب نادرًا.

أما فيما يتعلق بنشر تصحيح أو إضافة معلومات مؤكدة عن نفس الموضوع فأنهم أجابوا ما نسبته ٢٢٩,٧٠٪ بأنهم لا يقومون بأي تصحيح أو تعديل، وأجاب منهم ٢٤,٧٠٪ بأنهم لا يقومون بنشر تصحيح، في حين أجاب ما نسبته ١٥,١٪ منهم باغالبًا، كما عبر ٢١,٥٠٪ منهم إنهم نادرًا ما يقومون بالتصحيح

ترسله كرسالة لصديق: أجاب ما نسبته ٣٩,٥٠٪ بأنهم أبدًا لا يرسلونه كرسالة لصديق، وأجاب

۲۹٫٤۰ ٪ بأنهم نادرًا جدًا ما يقومون بها.

الاكتفاء بالإطلاع على الموضوع: أجاب ما نسبته ٣٩,٨٠٪ بأنهم دامًّا يطالعون الموضوع وأجاب ٣٥,٨٠٪ بأنهم خالبًا ما يقرؤون الموضوع.

إن للفايس بوك مساهمة في نشر المواضيع البيئة، حيث أجاب المبحوثين بنسبة ١٩٨٠٠٪ بدائمًا أن كتابة موضوع بيئي بشكل نصي محمل بالفيديوهات والصور يساهم في نشر الموضوع البيئي وهي نسبة جد كبيرة

كما أجاب ما نسبته ٩٧,٤٠ ٪ بدائمًا أن تحميل مقاطع فيديو أثناء حث بيثي يساهم في نقل الحدث مباشرة.

أجاب ما نسبته ٩٧,٤٠ ٪دائمًا أن إعادة نشر المواضيع البيئية بسرعة يساهم في نشر الموضوع البيئي بسرعة.

أجاب ما نسبته ٩٠,٧٠ ٪داءًا أنهم يعتبرون الفيسبوك من مصادر بيئية متنوعة ومفتوحة من خلال المنظمات البيئية وما تنشره على صفحاتها.

أجاب ما نسبته ٩١,٣٠ ٪ بداعًا أنهم يسمح لهم بالانضمام إلى المنظمات البيئية والمشاركة في أعمالها البيئية.

كما أجاب ما نسبته ٩٨,٠٠٩ ٪من المبحوثين بأن مشاركة الموضوعات البيئية مع صفحات ذات نفس الاهتمام يساهم في نشر المواضيع البيئية.

أجاب بنسبة ٨٣,٢٠٪ أن العيش في بيئة نظيفة وسليمة حق، في حين أجاب ١٦,٨٠ ٪على أنها واجب.

مؤة مركوبنها غن احتل المرتبة الأولى، والذي عبر عنه بنسبة ٤٥,٧٠٪ بأنهم ملكون معلومات حوله، كما جاء في المرتبة الثانية مؤة مراستكهوم بنسبة ٣٨,٤٠٪ ليحتل المرتبة الثالثة مؤة مريو دي جانبيو بنسبة ١٥,٩٠٪.

أن ٦٦,٢٠٪ من المبحوثين يرون أن الوضع البيئي في الجزائر حسن في حين أن نسبة المراد العينة صنفاه ضمن الوضع البيئي الرون أن الوضع البيئي متوسط ، في حين اثنان من أفراد العينة صنفاه ضمن الوضع البيئي الرديء.

إن النفايات جاءت في المرتبة الأولى واعتبارها أكبر المشكلات البيئية في الجزائير بنسبة ٢٦١,٣٠٪، لتليها مشكلة ندرة للياه في المرتبة الثانية بنسبة ٢٥,٠٠٪ لتبلية في المرتبة الثانية بنسبة ٢٥,٠٠٪ لتبلي كلا الثالثة زيادة عدد السكان بنسبة ٤٥,١٠٪ والمرتبة الرابعة التلوث بنسبة ١٥,٠٠٪ لتبلي كلا من التغيرات المناخية في المرتبة الخامسة بنسبة ٢٥,٠٠٪ وانقراض عدد من الحيوانات بنسبة ٢٦,٦٠٪ في المرتبة السادسة والأخيرة .

أجاب ٦٨,٥٠٪ من المبحوثين بأنهم موافقون جدًا على أن سلوك الفرد يؤثر على البيئة، في حين وافق بنسبة ٣٠,٩٠٪ في حين اكتفت مفردتان بالإجابة بالحياد.

إن المبحوثين قاموا بترتيب الإجراءات التي تساهم في المحافظة على البيئة وقد جاء التقليل من استخدام المحروقات في المرتبة الأولى بنسبة ٢٦,٣٠٪، ليأتي في المرتبة الثانية فرز النفايات المنزلية بنسبة ٢٧,٢٠٪، ليحتل بعدها المرتبة الثالثة عدم الرمي العشوائي للنفايات بنسبة ٢٩,٠٠٪، وفي المرتبة الرابعة استخدام المصابيح

مقتصدة للطاقة بنسبة ٣٧,٢٠ ٪، وفي المرتبة الخامسة المشاركة في أيام تطوعية لخدمة البيئة بنسبة ٥٧,٦٠ ٪ وفي المرتبة السادسة التقليل من استخدام الطاقة الكهربائية بنسبة ٢٤,٤٠٪، وفي المرتبة الشامنة شراء منتجات وفي المرتبة السابعة المحافظة على المياه بنسبة ٣٦,٧٠ ٪، وفي المرتبة الثامنة شراء منتجات صديقة للبيئة بنسبة ٢٥,٩٠ ٪ ، وفي المرتبة التاسعة استعمال منتجات يعاد تدويرها بنسبة ٢٤,٨٠ ٪، والإجراء الآخير كان من نصيب استخدام وسائل النقل الجماعي بنسبة ٢٧,٢٠٪.

أنه أجاب ما نسبته ٨٤,٩٠ ٪من المبحوثين أن درجة المسئولية لدى الهيئات التنفيذية الرسمية الفاعلة في حماية البيئة قوية، كما أجاب ما نسبته ١٥,١٠ ٪ من المبحوثين أنهم لا يعرفون درجة المسئولية.

في حين أجاب ما نسبته ٨٤,٠٠٪ من المبحوثين أن درجة المسؤولية قوية لدى وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية، في حين أجاب ما نسبته ١٤,٨٠٪ من المبحوثين بأنهم لا يعرفون درجة مسئوليتها.

أجاب مانسبته ٨٣,١٠٪ من المبحوثين أن درجة المسؤولية لدى الجمعيات البيئية والأحزاب السياسية قوية في حين أجاب ما نسبته ١٦,٠٠٪ لا أنهم لا يعرفون درجة المسؤولية.

أجاب ما نسبته ۸۳٬۷۰٪ من المبحوثين أن درجة المستولية لدى المدارس والجامعات قوية، في حين اكتفى ١٥،٧٠ ٪ بالإجابة بأنهم لا يعرفون درجة المستولية.

كما أجاب ما نسبته ٨٣،٤٠ ٪ من المبحوثين أن درجة المسؤولية للمساجد ودور العبادة قوية، في حين اكتفى ١٥،٤٠٪ بالإجابة بأنهم لا يعرفون درجة المسئولية.

أجاب ما نسبته ٧٣,٣٠ ٪من المبحوثين بأن للأسرة درجة مسئولية قوية في حين اكتفى ٢٥,٢٠ ٪بأنهم لا يعرفون درجة المسؤولية.

أجاب ٥٩,٢٠٪ بأنهم يوافقون جدًا على أهمية تضافر الجهود الدولية لحماية البيئة، في حين أجاب ما نسبته ٢٥,١٠٪ بأنهم يوافقون على أهمية تضافر الجهود

الدولية في مجال حماية البيئة، في حين اكتفى ما تمثله نسبة ١٥,٠٠٪ بالإجابة بالحياد، كما أن اثنان من مفرادت العينة أجابوا بعدم الموافقة على أهمية تضافر الجهود الدولية لحماية البيئة.

أجاب(٢٠٣) مفردة بنسبة ٥٨,٧٠٪ من المبحوثين أنهم يوافقون جدًا على إدراج التربية البيئية في كافة مناهج التعليم، في حين اكتفى ٣٩,٦٠٪ من المبحوثين بالحياد، في حين لم يوافق مفردة واحدة على إدراجها ضمن مناهج التعليم.

* * *

المراجع

الكتب باللغة العربية

- إبراهيم عصمت مطاوع: التربية البيئية في الوطن العربي(القاهرة؛مصر: دار الفكر العربي،ط١٩٩٥,١).
 - ٢. إبراهيم، ناصر: المواطنة (عمان: دار مكتبة رائد العلمية،ط٢٠٠١,١).
 - ٣. إبراهيم حسن محمد: البيئة والتلوث(مصر: مركز الاسكندرية للكتاب،ط٣٠١).
- أحمد، صدقي الدجاني: مسلمون ومسيحيون في الحضارة العربية الإسلامية (القاهرة: مركز يافا للدراسات والأبحاث، ١٩٩٩).
- أحمد، حسين اللقاني وفارغة حسن محمد: التربية البيئية واجب ومسؤولية (مصر:عالم الكتب،ط١، ١٩٩٩).
 - أرناؤط، محمد السيد:الانسان وتلوث البيئة(القاهرة:الدار المصرية،اللبنانية).
- ٧. أمين، رضا عبد الوحد: الصحافة الإلكترونية (القاهرة: دار الفجر للنشروالتوزيع،ط
 ١، ٢٠٠٧)
 - ٨. أمين، رضا عبد الواجد:الإعلام الجديد (مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع،ط٢٠١٥،١).
- الحداد، عوض: الأوجه المكانية للتنمية الاقليمية (الاسكندرية: دار الاندلس، ط۱،
 ۱۹۹۳).
 - ١٠. الخضيري، محسن أحمد:السياحة البيئية(مصر:مجموعة النيل العربية،٢٠٠٥).
- السيد، يسين: الإصلاح العربي بين الواقع السلطوي والسراب الديمقراطي (القاهرة:
 دار مربت، ط١، ٢٠٠٥)

- 17. الطائي، إياد عاشور ومحسن عبيد على: التربية البيئية (بيروت: المؤسسة الحديثة للكتاب، ط١، ٢٠١٠).
- الطاهر، لبيب واخرون :المجتمع المدني (تونس؛ صفاقس: دار صامد للنشر والتوزيع، ١٩٨١).
- الياي، أحمد جرار :الفيسبوك والشباب العربي(الكويت:مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع،ط١٠٠٠٠٠).
- بخيت،السيد:الانترنيت وسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلامية ؛الصحفية ؛التعليمية ؛القانونية (الامارات العربية المتحدة ؛العين:دار الكتاب الجامعي،ط١٠، ٢٠٠٤).
- ١٦. بدر، أحمد:الإعلام الدولي؛ دراسات في الاتصال والدعاية الدولية (مصر؛ القاهرة:مطبعة مدبولي، ط١، ٢٠٠٢).
- ١٧. بسمة، أحمد البطريق:الإعلام والمجتمع في عصر العولمة ؛دراسة في المدخل الاجتماعي (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع،٢٠٠٤)
 - ١٨. بسيوني، عبد الحميد:الوسائط المتعددة (القاهرة: دار النشر للجامعات،ط١٠٠ ٢٠٠٤)
- ١٩. جـمال الدين، السيد علي صالح: الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق (مصر: مركز الاسكندرية للكتاب، ط٢٠٠٣).
- حسن، عماد مكاوي، ليلى، حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط٢٠، ٢٠٠٦).
- حسنين، شفيق: الإعلام التفاعلي وما بعد التفاعلية (مصر: دار فكر وفن للنشر والتوزيع،ط١، ٢٠١٠).
- ٢٢. حسنين، شفيق:سيكولوجية الإعلام الجديد؛ ماذا فعلت الإنترنيت والشبكات الاجتماعية في الناس؟(مصر:دار فكر وفن للنشر والتوزيع).

- ٢٣. حسن، نجم:البيئة والإنسان دراسة في أيكولوجيا البشرية(الكويت،١٩٨٤).
- ٢٤. حمدي، حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام (مصر: الفكر االعربي، ط١٩٨٧،١).
- ٢٥. حمدي مهران:المواطنة والمواطن في الفكر السياسي؛ دراسة تحليلية نقدية (مصر:دار
 الوفاء لدنا الطباعة والنشر، ٢٠١٢).
- 71. خالد، سليم: ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية (قطر: دار المتنبي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥)
 - ٢٧. راتب، السعود:الإنسان والبيئة (عمان: دار حامد للنشر والتوزيع،ط٢٠٠١،١).
- ۲۸. زكريا، طاحون:أخلاقيات البيئة وحماقات الحروب (القاهرة: دار الوفاء للطباعة والنشر،طا٠٠٢,١٠).
- ٢٩. زكي، رمزي: المشكلة السكانية وخرافة المالتوسية الجديدة (الكويت: سلسلة عالم المعرفة، ع٤٨، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب الكويتية ١٩٨٤).
- رين الدين،عبد المقصود: قضايا بيئية معاصرة: -المواجهة بين الانسان وبيئته (الكويت: دار البحوث العلمية،ط٣٠١٩٩٨).
 - ٣١. سمير، محمود: العلمي-الإعلام البيثي والإعلان الطبي (القاهرة:دار الفجر،ط٢٠٠٨،١).
 - ٣٢. سعد بن محارب المحارب: الإعلام الجديد في السعودية (الكويت: جداول،ط٢٠١١,١).
- ٣٣. خالد، وليد محمود: شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي (لبنان:مدارك إبداع،نشر، ترجمة وتعريب،ط١، ٢٠١١).
 - ٣٤. صالح، وهبي وابتسام درويش:التربية البيئية وأفاقها المستقبلية(دمشق:ط١، ٢٠٠٣)
- عامر، فنحي حسين: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك (القاهرة:
 المركز العربي للنشر و التوزيع،٢٠١١).

- ٣٦. عامر، طراف:المسؤولية الدولية والمدنية في قضايا البيئة والتنية المستدامة (بيروت:المؤسسة الجامعة للدراسات والنشر والتوزيع، ط٢٠١٢,١٠).
- ٣٧. علي، علي البنا:المشكلات البيئية، وصيان الموارد الطبيعية (القاهرة: دار الفكر العربي،ط ٢٠٠٠,١).
- ٣٨. عاي، عبد الفتاح كنعان:الإعلام الإلكتروني (الأردن؛عمان:دار الأيام للنشر والتوزيع،ط١،
 ٢٠١٤).
- ٣٩. علي، خليفة الكواري الديمقراطية والتنمية في الوطن العربي (بيروت: سلسلة كتب المستقبل العربي، ع٣٠، مركز دراسات الوحدة العربية، ط ٣، ٢٠٠٤).
- ٤٠. علي، خليل شقرة: الإعلام الجديد؛ شبكات التواصل الاجتماعي (الأردن؛عمان: دار
 الإمامة للنشر والتوزيع).
- على، زين العابدين عبد السلام، محمد بن عبد المرضي عرفات: تلوث البيئة ثمن المدينة (القاهرة: المكتبة الأكاديية، ط٢٠١).
- 23. عباس، محمد صادق: الإعلام الجديد، المفاهيم؛ الوسائل ؛ التطبيقات (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، ط٢٠٠٨،)
- 23. عبد الله الخطيب: الصحافة الإلكترونية المعايير والضوابط (القاهرة،المكتبة المحديثة،ط ٢٠٠٥,١)
- 33. عبد الحميد،محمد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير(القاهرة : عالم الكتب،ط١٩٩٣,٣).
- عبد المحسن، حامد أحمد عقيله: الإعلام الجديد وعصر التدفيق الأخباري (مصر؛
 المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط٢٠١٥،١).
- 23. عبد الجواد، سعيد:إدراة المؤسسة الصحفية (القاهرة:دار الفجر للنشر والتوزيع،ط٢٠٠٦،١

- ٤٧. عبد المالك، ردمان الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنيت (القاهرة،:
 دارالفجر، ٢٠٠٣)
- عبدالرزاق،محمـد الدليمي:الإعـلام الجديـد والصحافـة الإلكترونية(عـمان؛الأردن: دار وائـل،ط١٠، ٢٠٠١).
- ٤٩. عبد المقصود زين العابدين:قضايا بيئية معاصرة (الإسكندرية:المعارف الاسكندرية،ط٥٠٣،٢٠٠٥).
- مصام، توفيق:الأنشطة المدرسية والوعي البيئي الأطر النظرية،الأدوار البيئية
 والتجارب الدولية(القاهرة:دار السحاب،ط١٠٢٠٠٥).
- ٥١. عاطف، عدلي العبد عبيد: تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام؛ الأسس
 النظرية والنماذج التطبيقية (القاهرة : دار الفكر العربي،٢٠٠٢)
 - ٥٢. عمر، بن محمد القحطاني: أحكام البيئة في الفقه الإسلامي (دار ابن الجوزي، ط١،٢٠٠٨).
- ٥٣. عمار،بوحـوش: مناهـج البحـث العلمـي وطـرق إعـداد البحـوث (الجزائـر، ديـوان المطبوعـات الجزائريـة،١٩٩٥).
 - ٥٤. عيسي، المسافين: المعلومات وصناعة النشر (دمشق : دار الفكر،ط٥٠١ ٢٠٠١) .
 - ٥٥. غنيم، عثمان:مقدمة في التخطيط التنموي الاقليمي(عمان:دار الصفاء،ط١٠، ١٩٩٩).
- ٥٦. فتحي، حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك(القاهرة العربي للنشر والتوزيع،ط١،٢٠١٠).
- ٥٧. فتيحة،محمد الحسن: مشكلات البيثة (عمان:الاردن:مكتبة المجتمع العربي، ط ٢٨٠٠)، ص ٢٨.
- ٥٨. فرج، الكامل:بحوث الإعلام والراي العام؛تصميمها؛اجراؤوها وتحليلها(القاهرة:دار
 النشر للجامعات،٢٠٠١).

- فريال،مهنا:علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية(دمشق:دار الفكر،ط١، ٢٠٠٢).
- ٦٠. فريحات، احمد حسين: التربية البيئية (الاردن: دار المملكة للنشر والتوزيع، ط١٠,١٠).
- ٦١. محمد، إبراهيم عبيدات:التسويق الاجتماعي:البيئي والاخضر (عمان:دار واثـل للنـشر والتوزيع،٢٠١١).
- ٦٢. محمد، عبد الحميد:البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة :عالم الكتب، ٢٠٠٠).
- محمد، الجاسم: الإعلام العربي في عصر المعلومات (الامارات العربية المتحدة؛ ابوظبي: مركز
 الامارات للبحوث والدراسات الاستراتيجية).
 - ٦٤. محمد،عبد الحميد:البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة :عالم الكتب،٢٠٠٠).
 - ٦٥. محمد،محفوظ:الحرية والإصلاح في العالم العربي (بيروت:الدار العربية للعلوم،٢٠٠٥).
- ٦٦. محمد،محمد عمر الطنوبي: نظريات الاتصال (الاسكندرية :مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية،ط١٠، ٢٠٠١).
 - ٦٧. حمد، محفوظ:الحرية والاصلاح في العالم العربي(بيروت:الدار العربية للعلوم،٢٠٠٥).
 - ٦٨. محمد منير سعد الدين: التلوث الضوضائي والتربية البيئية(لبنان؛بيروت:ط١٩٩٧,١).
- ٦٩. محمد،قاعـور ومـروان المعشر:التربيـة مـن أجـل المواطنـة في العـالم العـربي مفتـاح
 المسـتقبل (بيروت:مركـز كارينغـي للـشرق الاوسـط،٢٠١١).
- مروى، عصام صلاح :الإعلام الإلكتروني ؛الأسس وافاق المستقبل (الأردن؛عمان: دار
 الاعصار العلمى لنشروالتوزيع، ط١، ٢٠١٥).

- السكندرية بين الجدل والتطبيق (مصر: مركز الاسكندرية للكتاب، ط١٠٠٨). نظمية أحمد سرحان: منهاج الخدمة الاجتماعية لحماية البيئة من التلوث (مصر؛ القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٥).
- ٧٢. ياس، خضر البياق: الإعلام الجديد؛ الدولة الافتراضية الجديدة (الأردن: دار البداية،
 ناشرون وموزعون، ط١٠٠، ٢٠١٤).

الكتب المترجمة

- ٧٧.تشارلز، روث:الثقافة البيئية جذورها وتطورها واتجهاتها في التسعينات، ترجمة عبد الله خطايبة، هديل ٧٤.محمد الفيصل، (دمشق :مجلة التعريب، المركز --العربي للتعريب والترجمة والتأليف، العدد ١٩٩٨، جويلية ١٩٩٨.
- ٧٥. جوست، فأن لورن: تكنولوجيا الإعلام رؤى نقدية، ترجمة، شويكار زي (القاهرة، مجموعة النيل العربية، ط١٠، ٢٠٠٩).
- ٧٦. دوجلاس، موسشیت ترجمة بهاء شاهین:مبادیء التنمیة المستدامة (القاهرة:الدار الدولیة للاستثمارات الثقافیة،ط۱٬۲۰۰۰)
- ٧٧.ديفلير،ملفين،روكيتش ساندرا: نظريات وسائل الإعلام،ترجمة كمال عبد الرؤوف (القاهرة الدار الدولية للنشروالتوزيع،١٩٩٣)،ص ١٨٠.

٧٨.هايني، ستيفن:تغير المسار، ترجمة على حسين حجاج،عمان، دار النشر عمان،ط١٠١٩٩٦).

المعاجم والموسوعات

- الفانا مصطفى حمود:موسوعة الفلك الكون البيئة والتلوث(لبنان: دار الفكر اللبناني،
 مجلد ١١٩٩٤)
 - ابن منظور: لسان العرب، ط٤ ،المجلد الأول (بيروت: دار صادر، ٢٠٠٥).
 - ٣. أحمد، زكي بدوي:معجم المصطلحات والعلوم الاجتماعية (بيروت:مكتبة لبنان،١٩٨٢).

- الموسوعة العربية العالمية (الرياض: مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع،١٩٩٦).
 - ٥. محمد،غيث: قاموس علم الاجتماع (الإسكندرية :دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٥).
 - محمد، منير حجاب: المعجم الإعلامي (مصر: دار الفجر،ط١، ٢٠٠١).

المجلات والدوريات

- توفيق، التويجري: الفيسبوك والاتجاهات السلوكية، (جامعة القاهرة؛مصر: مجلة الصحة النفسية،ع ٢٠٠٩٨)،
- عبد الله، عامر: الفيسبوك وعالم التكنولوجيا (عمان: مجلة العلوم التكنولوجية، ع
 ١٤، جامعة ٣.البتراء، ٢٠٠٧)، ص٤٤.
- زاهد، راض: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي،مجلة التربية ع١٥٠.
 جامعة عمان الأهلية، عمان
 - ٤. ضياء الدين سردار :نحو نظرية اسلامية عن البيئة:مجلة المسلم المعاصر،المجلد١٥،العدد١٩٩،١٥٥)
- عبد الكريم،على الدبسي وزهير ياسين الطاهات: دور شبكات التواصل الاجتماعي
 في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية (مجلة العلوم الانسانية
 والاجتماعية :ع١٠٠١لمجلـ٤٠٠٢٠١
- عبد الوهاب،بوخنوفة: الأطفال والثورة المعلوماتية ؛ التمثيل والاستخدامات (مجلة اتصاد الدول العربية، ع٢٠٠٧,٠).
- ٧. الصادق، لحمامي: المسالة النظرية لمفهوم الإعلام(مجلة اتحاد الدول العربية،ع٣٠٥,٣٠).
- ٨. فرج، هاني عبد الستار: التربية والمواطنة، دراسة تحليلية نقدية، مجلة مستقبل
 ١٠ التربية العربية المجلد ١٠ ع٣٥ (مصر: دار الوفاء لدنا الطباعة والنشر، ٢٠١٢)
- على، خليفة الكواري: مفهوم المواطنة في الدولة القومية (بيروت: مجلة المستقبل
 العربي، ع ٢، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠١)،

الندوات والمؤتمرات

- أحمد، عبد الحكيم: المشكلات البيئية، أسبابها ومقترحات الطلبة لعلاجها (مصر: جامعة سوهاج المؤقر العلمي العربي الثالث، المجد الثاني).
- رضوان، أبو الفتوح: التربية الوطنية: طبيعتها، فلسفتها، أهدافها، برامجها (القاهرة:
 المؤمر الثقافي الرابع، جامعة الدول العربية، ١٩٦٠)
- ٣. سعود، صالح كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص،
 (أندونيسيا:بحث مقدم للمؤةر الدولي العالمي الثاني للإعلام السلامي،٢٠١١)
- عبد العزيز، بن سلطان الملحم: الإعلام الإلكتروني (القاهرة ؛مص: بحث مقدم للمؤتمر الدولي للاعلام الإلكتروني،٢٠٠٧.
- مكتبي، محمد غياث (٢٠١١) ورقة مقدمة ضمن فعاليات مؤتمر الإعلام الإسلامي:
 تأثير شبكات التواصل على الرسم العربي تونس، جامعة بنزرت «الإعلام الإسلامي
 بين الأصالة والمعاصرة».
- مهاب نصرالدین: الفیسبوك :صورة المثقف وسیرته العصریة، وجوه المثقف علی
 الفیسبوك هل تعید إنتاج صورته أم تصنع أفقا مقابرًا؟، جریدة القیس الكویتیة
 الیومیة، ۱۳٤٤۶، ۳ نوفمبر ۲۰۱۰، ص ۱۰.

الرسائل الجامعية

- ١. أحمد يونس حمودة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير (غير منشورة) في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٣.
- ٢. بدرية معطار: البعد الاتصالي للجمعة البيئية ومكانة المواطنة الإيكولوجية، رسالة ماجسير (غير منشورة) في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال بيثي، جامعة الجزائر ٥٠٠، ٢٠١٣/٢٠١٢.

- على المنت معشوع الشهري: أشر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيسبوك؛ تويتر أغوذجا، رسالة ماجستير (غير منشورة)،
 ١٠٠٨ المملكة العربية السعودية.
- ع. سهام بـن يحـي: الصحافة المكتوبة وتنمية الوعـي البينـي في الجزائر-دراسة تحليلية لمضمـون صحيفتـين وطنيتـين الـشروق و Le matin وصحيفتـين جهويتـين آخـر سـاعة لمضمـون صحيفتـين وطنيتـين الـشروق و Le matin وصحيفتـين جهويتـين آخـر سـاعة لمضمـون محيفتـين الدعـية المجتـماع والتنميـة، جامعـة منتـورى قسـنطينة -الجزائـر،٢٠٠٥-٢٠٠٥.
- عبد الله،محمود مبارك الرعود: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي
 في تونس من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير(غير منشورة) كلية
 الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن،٢٠١١ -٢٠١٢.
- ٦. عبد الكريم، بابوري:عادات وأناط مشاهدة طلبة جامعة سكيكدة للفضائيات العربية، رسالة ماجستير (غيرمنشورة)، جامعة الأمير عبد القادر الإسلامية، قسنطينة- الجزائر، ٢٠٠٥.
- ٧. فتيحة، كيحل: الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسة في استخدامات مواقع التواصل الجتماعي، موقع الفيسبوك أغوذجا، رسالة ماجستير (غير منشورة)، في علوم الإعلام والاتصال: تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة الجزائر،٢٠١٢-٢٠١١.
- ٨. كريم بركات: مساهمة المجتع المدني في حماية البيئة، أطروحة دكتورا(غير منشورة) في
 القانون والعلوم السياسية، تخصص: القانون، جامعة تيزي وزو، الجزائر،٢٠١٣-٢٠١٤.
- ٩. محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية و المواقع الإلكترونية:العربية غوذجا،رسالة ماجستير(غير منشورة)،الأكاديهية العربية المفتوحة في الدغارك، ٢٠١٢.

- ١٠. مريم، نريمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات
 الاجتماعية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الحاج لخضر، باتنة-الجزائر،٢٠١٢.
- ١١. منال، كبور: الفضائيات الإخبارية واتجاهات الأستاذ الجامعي الجزائري حيال عملية السلام مع إسرائيل، رسالة ماجستير (غير منشورة) في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة باتنة، ٢٠١٩-٢٠١٠.
- ١٢. ياسين بوذراع: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لـدى الطلبة الجامعيين،
 رسالة ماجستير (غير منشورة)، قسم علـم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة -الجزائـر ٢٠٠٠-٢٠١٠.

* * *







جامعة الجزائر ٣ كلية العلوم السياسة والإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال

الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي موقع- الفيسبوك- أغوذجا

إعداد الطالبة: ربيعة بوزيدى إشراف الدكتور: أحمد بجاوى

	**	F			
4	м	h	-	N	A
٠	946		_	,	w

المعلومات التي ستدلي بها في هذه الاستمارة تندرج في إطار البحث العلمي، لذا يرجى منكم تحري الصدق والموضوعية في الإجابة على أسئلتكم.

			البيانات الشخصية:
	أنثى	ذکر	-١- الجنس:
			-۲- السن:
			أقل من ١٨
			من ۱۸-۲۵
			من٢٦-٣٠
			من٣٦-٤٠
			٤٠ وما فوق
		سبوك:	استخدامات موقع الفي
ـبوك»؟ إذا كانـت الإجابـة ب «نعـم»	ـن خـلال صفحـات« الفيس	ع البيئيـة م	٣- هـل تتابـع المواضيـ
م ٥.	أسئلة ما عبدا السيؤال رقب	لى باقي الأ	يرجى الإجابـة ع
•••••••••••••••••••••••••••••••••••••••			••••••
	الإجابة على السؤال ٥.	«لا» یرجی	٤- اذا كانت الإجابة ب

***************************************	*****************************		

٥- ماهي أسباب عدم متابعتك للمواضيع البيئية عبر صفحات «الفيسبوك»؟
لا أهتم بالمواضيع البيئية
لا أثق في الصفحات الفيسبوك ية نفسها
لا توجد مصداقية في تغطية المواضيع البيئية عبر الفيسبوك
استخدم الفيسبوك للمحادثة فقط
٦- أذكر اهم صفحات «الفيسبوك »التي تتابع من خلالها المواضيع البيئية:
٧- أي الوسائل الإعلامية الآتية التي تعتبرها مصدرك في متابع المواضيع البيئية ؟

نادرًا جدًا	نادرًا	أحيانًا	غالبًا	لأةاء	أبدًا	
						التلفزيون
						الصحف
						المطبوعة
						الصحف
						الإلكترونية
						الإذاعة
						المدونات
						الإلكترونية
						الفيسبوك

٨- هـل نسبة استخدامك للوسائل الإعلامية التقليدية :-الإذاعة،الصحف المطبوعة،التلفزيون منـذ اسـتخدامك« للفايـس بـوك» تعتبرها

زادت بشكل كبير

زادت بشكل بسيط

لم تزد ولم تقل

قلت بشكل بسيط

قلت بشكل كبير

٩- إذا زادت نسبة استخدامك للوسائل الإعلامية التقليدية، فإلى ما يعود ذلك؟

لا أوافق على	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق جدًا	
الإطلاق					
					الإعلام التقليدي
			Į.		أكثر مصداقية
					من الفيسبوك
					الإعلام التقليدي
					يقدم تغطية أكثر
					شمولية
					الإعلام التقليدي
					يقدم تغطية أكثر
					مهنية
					الإعلام التقليدي
					يهتم بنقل
					الحقائق

		الإعلام التقليدي
		لديه صحفيين
		أكثر احترافًا
		مصداقية مصادر
		الإعلام التقليدي

١٠- إذا قلت نسبة استخدامك للوسائل الإعلامية التقليدية فإلى ما يعود ذلك؟

لا أوافق على	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق جدًا	
الإطلاق					
					الفيسبوك أكثر مصداقية
					من الإعلام التقليدي
					ميزة اختصار الأخبار في
					الفيسبوك
					التغطية الحية للحدث عبر
					الفيسبوك
					مصداقية الأخبار
					أشكال الاخبار
					متنوعة في الفيسبوك-
					نص،صورة،فيديو-
					لا توجد رقابة على
			L		الفيسبوك

		يمكن استخدام الفيسبوك
		من خلال عدة وسائل
		التفاعل الآتي
		مع الخبر والحدث

الإشباعات المحققة من استخدام الفيسبوك:

١١-هل المعاير الآتية تحدد مصداقية الصفحات البينية على «الفيسبوك»؟

لا أوافق على الإطلاق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق	
				جدًا	
					نقل المعلومات كاملة شاملة
					الحيادية في معالجة الخبر
					الدقة في التحرير
					الاهتمام بإدراج الحقائق فقط
					ب-الصور،النص،الفيديو-
					الوضوح وبساطة اللغة
					التوازن في طرح الموضوع
					الانصاف والنزاهة لمصدر
					المعلومة

١٢- هل توافق على أن المواضيع البيئية التي تنشر على صفحات « الفيسبوك» تحمل هذه الميزات:

لا أوافق على الإطلاق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق جدًا	
					تغطية حية
					للأحداث وقت
					حدوثها
					سهولة اختيار
					الصفحات التي
					تتفق وميولاتي
					متابعة المواضيع
					البيئية من مصادر
					متنوعة وفي نفس
					الوقت
					إتاحة الموضوع
					البيئي في قوالب
					متنوعة -نص،
					صورة، فيديو
					إتاحة التفاعل مع
					الأخرين عند متابعة
					الموضوع
					يساعد في معرفة
					آراء الآخرين
					يفتح المجال لتقديم
					الأفكار والحلول

دور الفيسبوك في التحسيس بقضايا البيئة:

١٣-هل توافق على أن متابعة المواضيع البيئية عبر صفحات « الفيسبوك» تحقق لك:

لا أوافق على	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق جدًا	
الإطلاق					
			4		تزيد من المعرفة
					بالمواضيع البيثية
					الإطلاع على
					الأحداث البيئية
					الآنية
					تساعد على فهم
					وإدراك المشكلات
					البيئية
					تعزز من المشاركة في
					التحسيس بالقضايا
					البيئية
					مّكن من التعبير
					عن الآراء الشخصية
					حول الأحداث
					البيئية
					سهولة التواصل مع
					المهتمين والمختصين
					بالبيئة

		تَمكن من معرفة
		قرارات المسئولين
		عن البيئة
		المساهمة في تقديم
		اقتراحات وحلول

١٤- ما نوعية الصفحات المتواجدة في «الفيسبوك» التي تتابع من خلالها المواضيع البيئية؟

نادرًا جدًا	نادرًا	أحيانًا	غالثا	داغًا	أَبدًا	
						الشبكات البيئية الخاصة
						بالإعلام الإجماعي-
						المنتديات،المدونات-
						الصفحات الخاصة
						بالصحف
						الصفحات الخاصة
						بالإذاعات
						الصفحات الخاصة
						بالقنوات الإخبارية
						الصفحات الخاصة
						بالأحزاب الخضراء
						والجمعيات البيئية
						الصفحات الخاصة
						بالهيئات المسؤولة عن
						البيئة في الدولة
						الصفحات الخاصة
						بالمتخصصين في البيئة
						الصفحات الخاصة
						بالمواطن الصحفى

١٥- أثناء متابعتك للمواضيع البيئية على «الفيسبوك» هل؟

نادرًا جدًا	نادرًا	أحيانًا	غالتًا	داهٔا	أبدًا	
						تشارك الموضوع
						مع أصدقاء
						صفحتك على
						الفيسبوك
						تضغط زر
						الاعجاب
						بالموضوع
						تعلق على
						الموضوع
						تفتح نقاش حول
						محتوى الموضوع
						مع أصدقاء
						الصفحة
						تنشر تصحيح أو
						إضافة معلومات
						مؤكدة عن نفس
						الموضوع
						ترسله كرسالة إلى
						صديق

١٦-هل قبل مشاركتك للموضوع البيئي على صفحتك الشخصية في «الفيسبوك» تقوم بمايلي:

نادرًا جِدًا	نادرًا	أحيائا	غالئا	داهًا	أبدًا	
						تقرأ الموضوع
						كاملًا
						تقرا عنوان
						الموضوع فقط
						تقرأ مصدر
						الموضوع فقط
						تقرأ عنوان
						ومصدر الموضوع
						فقط
						تتأكد من صحة
						الموضوع قبل
						إعادة نشره
						ومشاركته

١٨- هل يساهم الفيسبوك في نشر المواضيع البيئية من خلال ؟

نادرًا جدًا	نادرًا	أحيانًا	غالبًا	دامًا	أبدًا	
						كتابة موضوع
						بيئي بشكل
						نصي محمل
						بفيديوهات
						والصور
						ينقل الجدث
						مباشرة

			إعاة نشر
			المعلومات بسرعة
			مشاركة
			الموضوعات مع
			صفحات ذات
			نفس الاهتمام
			مصادر بيثية
			متنوعة ومفتوحة
			من خلال
			المنظمات البيئية
			وماتنشره على
			صفحاتها
			سهولة الانضمام
			إلى المنظمات
			البيئية والمشاركة
			في أعمالها البيئية

	واجب		حق
	ئر التي تملك معلومات حولها؟	البيئية الدولية،أذك	٢٠- من بين المؤتمرات
			- استکهولم
			كوبنهاجن
		9.	ريودي جانير
		Ė	جوهانسبور
			لا أعرف
	٩	ع البيئي في الجزائر	٢١- كيف تقيم الوضع
			جيد
			حسن
			متوسط
			رديء
			رديء للغاية
			لا أعرف
	بر المشكلات في الجزائر:	بيئية التي تراها اك	۲۲- رتب المشكلات اا
زيادة عدد السكان	ندرة المياه	التغيرات المناخية	التلوث
	النفايات	, الحيوانات	انقراض عدد من
		***************************************	أخرى،أذكرها

١٩- هل تعتبر العيش في بيئة نظيفة وسليمة ؟

٣٣- إلى أي مدى توافق على أن سلوك الفرد يؤثر سلبًا أو إيجابًا على البيئة؟

لا أوافق جدًا	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق جدًا

٢٤- ماهو الإجراء الذي ستقوم به لحماية البيئة ؟

- 11	1.	٩	٨	٧	٦	0	٤	٣	۲	١	
											تقليل استخدام
											المحروقات
											شراء منتجات صديقة
											للبيئة
											المحافظة على المياه
											فرز النفايات المنزلية
											عدم الرمي العشوائي
											للنفايات
											استعمال منتجات يعاد
											تدويرها
											التقليل من
											استهلاك الطاقة
											الكهربائية،واستبدالها
											بمصابيح مقتصدة للطاقة
											استخدام وسائل النقل
											الجماعي
											المشاركة في ايام تطوعية
											لخدمة البيئة

سئة؟	حمانة ال	في محال	الفاعلة	الحمات	مختلف	لدي	المسئولية	ماهى درجة	- بحسبك	-40
44.5	107	-, -		- 0.		~				

لا أعرف	متوسطة	قوية	
			الهيئات التنفيذية الرسمية
			وسائل الإعلام التقليدية
			والإلكترونية
			الجمعيات البيئية والأحزاب
			السياسية
			المدارس والجامعات
			المساجد ودور العبادة
			الأسرة

٢٦-هل توافق على تضافر الجهود الفردية،المحلية والدولية لحل المشكلات البيئية؟

لا أوافق إطلاقًا	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق جدًا

٢٨- هل توافق على ادراج التربية البيئية في كافة مناهج التعليم؟

لا أوافق طدقًا	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق جدًا

البيئية؟	هومك للمواطنة	۲۹-ما مفر

٣٠-كيف تقيم تغطية الإعلام التقليدي للمواضيع البيئية في الجزائر؟

جيد

حسن

متوسط

رديء

رديء للغاية

لا أعرف

الصفحة	فهرس الجداول
١٣٤	جدول رقم (۱): یوضح نسبة توزیع الجنسین
188	جدول رقم (٢):تحليل متغير السن:
170	جدول رقم (٣): :يوصح أسباب عدم متابعتك للمواضيع البيئية عبر صفحات
	«الفيسـبوك؟»
177	جدول رقم (٤): يوضح الوسائل الإعلامية التي تعتبر مصدر المستخدمين في
	متابعــة المواضيــع البيئيــة .
150	جدول رقم (٥): يوضح تأثر نسبة استخدام الإعلام التقليدي منذ استخدام
	الفيسـبوك.
۱۳۸	جدول رقم (٦): يوضح أسباب زيادة استخدام وسائل الإعلام التقليدي.
18.	جدول رقم (٧): يوضح اسباب قلت استخدام وسائل الإعلام التقليدي.
187	جدول رقم (٨): يوضح المعايير االتي تحدد مصداقية الصفحات البيئية على
	«الفيسـبوك».
188	جدول رقم (٩): يوضح مدى موافقة المبحوثين على أن المواضيع البيئية التي
	تنـشر عـلى صفحـات« الفيسـبوك » تحمـل ميـزات .
157	جدول رقم (۱۰): يوضح أن متابعة المواضيع البيئية عبر صفحات« الفيسبوك »
	تحقق إشباعات معينة
189	جدول رقم (١١): يوضح نوعية الصفحات المتواجدة في «الفيسبوك» التي يتم
	متابعة من خلالها المواضيع البيئية.
107	جـدول رقـم(١٢): يوضـح يوضـح أثنـاء متابعـة المسـتخدمين للفيسـبوك فإنهـم
	يقومــون بجايــلي.
107	جدول رقم (١٣): يوضح قبل مشاركة الموضوع البيئي على الصفحة الشخصية في
	«الفيسبوك» المستخدم بمايلي.
109	جدول رقم (١٤): يوضح قبل مشاركة مدى مساهمة الفيسبوك في نشر المواضيع
	البيئيـة .
177	حدول رقم (١٥): يبين هل العيش في بيئة نطيفة وسليمة حق أم واجب ؟

جدول رقم (١٦): يبين المؤتمرات الدولية البيئية التي يمتلك المبحوثين معلومات
حولها.
جدول رقم (١٧): يبين تقييم الوضع البيئي في الجزائر.
جدول رقم (١٨): يبين ترتيب المشكلات البيئية في الجزائر.
جدول رقم (١٩): عِثْل مدى الموافقة على أن سلوك الفرد يؤثر سلبًا أو إيجابًا
عـلى البيئـة .
جـدول رقـم (٢٠): يبين ترتيب الإجـراءات التي سيقوم بهـا المستخدمون لحمايـة
البيئة .
جـدول رقـم (٢١): يبـين درجـة المسـئولية لـدى مختلـف الجهـات الفاعلـة في مجـال
حمايـة البيئـة.
جـدول رقـم (٢٢): يبين مـدى موافقـة المستخدمين عـلى تضافـر الجهـود الدوليـة
لحماية البيئة.
جـدول رقـم (٢٣): يبين مـدى موافقـة المسـتخدمين عـلى إدراج التربيـة البيئيـة في
كافة المناهج التعليم
جـدول رقـم (٢٤): يوضـح تقيـم تغطيـة الإعـلام التقليـدي للمواضيـع البيئيـة في
الجزائس

الصفحة	الفهرس
٧	إهداء
٩	مقدمة
17	الفصل الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة
19	المبحث الأول: تحديد مفاهيم الدراسة
44	المبحث الثاني:الدراسات السابقة
71	المبحث الثالث:المداخل النظرية للدراسة
٣١	المطلب الأول: نظرية الاسخدامات والإشباعات
٤٣	الفصل الثاني: الإعلام الإلكتروني وتطبيقاته
60	المبحث الأول: الإعلام الإلكتروني المفهوم والتطور
60	المطلب الأول: مفاهيم الإعلام الإلكتروني
٤٩	المطلب الثاني: عوامل ظهور الإعلام الإلكتروني
٥٠	المطلب الثالث: أشكال الإعلام الإلكتروني
OT	المطلب الرابع: تقسيمات الإعلام الإلكتروني
٥٣	المبحث الثاني: خصائص الإعلام الإلكتروني
77	المبحث الثالث: خصائص الإعلام الإلكتروني، وظائفه وإشكالياته
75	المطلب الأول: الاختلافات الرئيسية بين وسائل الإعلام الإلكتروني والقديم
סד	المطلب الثاني: وظائف الإعلام الإلكتروني
٦٧	المطلب الثالث: الإشكاليات التي تواجه انتشار الإعلام الإلكتروني
٦٨	المبحث الرابع: شبكات التواصل الاجتماعي المفهوم والانتشار
٦٩	المطلب الأول: مفهوم الشبكات الاجتماعية
V۲	المطلب الثاني: نظريات الشبكات الاجتماعية
٧٢	أولا: نظرية البناء الشبكي

٧٣	ثانيًّا: نظرية الاعتماد المتبادل
٧٣	ثالثًا: نظرية رأس المال الاجتماعي كأداة تحليلية للشبكات الاجتماعية
Vo	المبحث الرابع: أصناف الشبكات الاجتماعية وخدماتها
Vo	المطلب الأول: أصناف الشبكات الاجتماعية
VV	المطلب الثاني: أنماط الشبكات الاجتماعية
٧٨	المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
۸۰	المطلب الرابع: خدمات الشبكات الاجتماعية
۸۲	المبحث الخامس: أنواع الشبكات الاجتماعية
۸۲	المطلب الأول: المدونات الإلكترونية
۸۲	أولًا: تعريف المدونات الإلكترونية
۸۲	ثانيًّا: النشأة والتطور
۸٤	ثالثًا: أنواع وخصائص المدونات
۸٥	المطلب الثاني: الويكي
۸٥	أولًا: تعريف الويكي
۸٥	ثانيًّا: خصائص الويكي
۸٥	ثالثًا: مميزات الويكي
۸۷	المطلب الثالث: الفيسبوك
Α٧	أولًا :تعريف الفيسبوك
۸۷	ثانيًّا: النشأة التطور
٨٨	ثالثا: مميزات الفيسبوك
٩.	المطلب الرابع :التويتر
٩.	أولًا: تعريف تويتر
٩.	ثانيًّا:النشأة والتطور

۹.	ثالثًا: مميزات التويتر
97	المطلب الخامس:اليوتيوب
97	أولًا: تعريف اليوتوب
94	ثانيًّا: النشأة و التطور
97	ثالثا: مميزات اليوتيوب
90	الفصل الثالث: ثنائية الانسان والبيئة واليات المحافظة عليها
9V	المبحث الاول: مفهوم البيئة والمنظومة البيئية
9V	المطلب الاول: البئية ومفاهيمها
99	المطلب الثاني: مفهوم المنظومة البيئية
1	المطلب الثالث: خصائص المنظومة البيئية
1	أولًا:المشكلات البييئة
1.1	ثانيًّا: التوازن البيئي
1-4	ثالثًا:الإنسان والمحافظة على التوازن البيئي
1-4	المبحث الثاني: الموطنة والبيئة
1-4	المطلب الأول: مفهوم المواطنة
1-4	أولًا: مبادىء المواطنة
1-8	ثانيًّا:أَشْكَال المواطنة
1-0	ثالثًا: أبعاد المواطنة
1-7	رابعًا: مكونات المواطنة
۱۰۸	المبحث الثالث: المواطنة البيئية
۱۰۸	المطلب الأول: مفهوم المواطنة البيئية
111	المطلب الثاني:أهداف المواطنة البيئية
117	المطلب الثالث: مؤشرات المواطنة البيئية

المبحث الرابع :البيئة بين القانون والأخلاق	115
المطلب الأول: النص القانوني للبيئة	115
المطلب الثاني:تطبيقات القانون البيئي	118
المطلب الثالث: الأخلاق البيئية	110
المبحث الخامس: أهمية التحسيس البيئي وآليات ترسيخه	117
المطب الأول :أهمية التحسيس البيئي	117
المطلب الثاني: دور عملية التحسيس في حماية البيئة	119
أولًا: التوعية البيئية العامة	119
أ- الثقافة البيئية	17.
ب-التربية البيئية	177
١-أهداف التربية البيئية	177
ثانيا:التوعية البيئية المتخصصة	371
أ-الإعلام البيئي	140
المطلب الثالث:الإنسان البيئي	149
الفصل الرابع :الجانب التطبيقي	171
غة	170
مراجع	31/1
ملاحق	190
فهرس الجداول	717

حقوق الطبع محفوظة للناشر



دار أطلس

للنشر والتوزيع

يحظر نشر أو اقتباس أى جسزء من هنذا الكتاب إلا بعد الرجوع إلى الناشر

الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية

دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

- موقع القيس بوك « Facebook » نموذجا -.

تمثل ثورة المعلومات التي يعيشها العالم في الوقت الراهن، أحد أهم مراحل التطور التاريخي الكبرى في تاريخ الإنسانية ومن أهم نتائج هذه الثورة المعلوماتية التغيرات الكبرى التي حدثت في الصناعة الإعلامية وأنماط استهلاك المعلومات وإنتاجها ونشرها والتشارك في مضامينها، أين أصبح يمثل الاتصال الإلكتروني منظومة جديدة تختلف عن المظومة المشهدية، وتحقق مجالاً يتحول فيه الفرد باستمرار ما بين موقعي الإرسال والتلقي، تنصهر في داخلة العوالم الفردية وتمثل شبكة الويب فضاء جماعيًا يشترك المستخدمون في إنتاجه وهو بهذا المعنى يمكن النظر إليه على أنه نموذج تواصلي جديد لا يتعلق بعملية بث مركزية، ولكن يتفاعل داخل حالة ما أين يسهم كل فرد مرسل — مستقبل فيا اكتشافها بطريقته أو تغييرها أو الحفاظ عليها كما هي ويطلق على هذا النوع من الإعلام العديد من المسميات والمصطلحات ومنها الإعلام الجديد، الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال، وهو نتاج اندماج ثلاثة عناصر: الكمبيوتر/ الشبكات /الوسائط المتعددة، وما يمتاز به هذا النموذج عن الأول التقليدي اللامتكافىء والذي كان يخدم النخب التي تتحكم في إنتاج الخطابات العامة ولا يضمن التبادل والتفاعلية بين المرسل والجمهور هو أن النموذج الجديد الذي تسهم التكولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال ويخاصة الإنترنيت ومتغيرات العصر في تشكيله كونه غير مركزي بيسر للافراد إمكانية إنتاج الخطابات والمشاركة في الاتصال العمومي، وما يميزه أيضًا أنه لا يتعلق فقط بما يسمى الكثرة المعلوماتية ولكن بتعميم القدرة على الكلام للافراد ويسهم في تشكيل فضاء عمومي أكثر انفتاحًا



